

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – PPGA
CURSO DE MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO – CMA

CLARA AMORIM PONTES CORREIA LIMA

**UM VENTRE CHAMADO CORAÇÃO: o processo de adoção nas perspectivas do
marketing macrossocial**

JOÃO PESSOA – PB
FEVEIRO/2020



CLARA AMORIM PONTES CORREIA LIMA

UM VENTRE CHAMADO CORAÇÃO: o processo de adoção nas perspectivas do marketing macrossocial

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba, na Linha de Marketing e Tecnologia com ênfase em Marketing.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rita de Cássia de Faria
Pereira

JOÃO PESSOA – PB
FEVEREIRO/2020

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

L732v Lima, Clara Amorim Pontes Correia.

Um ventre chamado coração: o processo de adoção nas perspectivas do marketing macrossocial / Clara Amorim Pontes Correia Lima. - João Pessoa, 2020.

140 f. : il.

Orientação: Rita de Cássia de Faria Pereira.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCSA.

1. macromarketing. 2. marketing macrossocial. 3. mudança social. 4. adoção infanto-juvenil. 5. nova cultura da adoção. I. Pereira, Rita de Cássia de Faria. II. Título.

UFPB/BC

Clara Amorim Pontes Correia Lima

UM VENTRE CHAMADO CORAÇÃO:
O PROCESSO DE ADOÇÃO NAS PERSPECTIVAS DO MARKETING
MACROSSOCIAL

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Administração no Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal da Paraíba – UFPB.

Área de concentração: Administração e Sociedade
Linha de pesquisa: Marketing e Tecnologia
Ênfase: Marketing

Dissertação aprovada em 27 de fevereiro de 2020.

Banca examinadora:



Prof.^(a) Dr.^(a) Rita de Cássia de Faria Pereira
Orientador(a) – PPGA/UFPB



Prof.^(a) Dr.^(a) Francisco José da Costa
Examinador(a) Interno(a) – PPGA/UFPB

Prof.^(a) Dr.^(a) Caíssa Veloso e Sousa
Examinador(a) Externo(a) – Centro Universitário Unihorizontes

Dedico este trabalho a todos que me apoiaram e, direta ou indiretamente, participaram deste momento da minha vida. Também às famílias formadas por adoção, que tanto me inspiraram para a realização desse estudo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Deus de infinita bondade, a quem devo tudo o que sou e o que tenho, por todas as graças derramadas em minha vida, por ser meu refúgio e fortaleza. A Santíssima Virgem Maria, por ser meu acalento e minha maior guia nessa jornada que é a vida.

À minha voinha, por ser meu maior exemplo de garra e determinação, minha maior incentivadora e admiradora. Aquela que me ensinou o ABC, mas também me ensinou as lições mais valiosas, que me fizeram ser quem sou hoje.

À minha mãe, por todo o carinho e preocupação, e por ser minha referência de perseverança. A meu pai, por todo o seu apoio e amizade.

À minha irmã, pelo laço fraterno e sólido que construímos ao longo da vida, e por estar sempre me estimulando a alcançar meus objetivos.

A todos da família, que contribuíram direta ou indiretamente para a minha formação como ser humano, especialmente aos meus tios queridos, que sempre se fizeram presentes em todos os momentos da minha vida.

À minha orientadora, professora Rita Pereira, por todos os direcionamentos que me trouxeram um grande aprendizado acadêmico e pessoal, além do bom humor e alto astral que tornaram esse processo mais leve.

Aos professores Franzé Costa e Caíssa Veloso pelas contribuições ao trabalho e a todos os professores do PPGA, pelos ensinamentos passados dentro e fora de sala.

Aos meus companheiros da turma 43, em especial à Brena e Joacil por todos os perrengues e conquistas compartilhados. Aprendemos juntos que “vida vale mais que p&%\$@ do lattes” e levarei isso sempre comigo. Aos outros amigos que o mestrado me proporcionou, especialmente Maura e André, que foram fundamentais nessa jornada. A Lucas, que fez parte dessa etapa tão importante em minha vida, trazendo palavras de incentivo quando precisei.

À CAPES e ao CNPq pelo financiamento desta pesquisa.

Por fim, agradeço a todos os participantes deste estudo, em especial ao GEAD-JP, por serem tão solícitos e por compartilharem comigo seu amor pela causa da adoção. Apenas gratidão a tudo que foi vivido.

“Não é o que o mundo reserva pra você, mas o que
você traz para o mundo. ”

(Anne with an E)

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo analisar alternativas para auxiliar na diminuição do desequilíbrio no sistema de adoção à luz do marketing macrossocial. Partindo do pressuposto de que o processo de adoção atual no Brasil se configura como um problema social complexo, tendo em vista que atualmente no Cadastro Nacional da Adoção constam 9.640 crianças aptas para a adoção, enquanto existem 46.186 famílias pretendentes no mesmo cadastro. Levando em consideração as discussões a respeito da ineficiência do marketing social em tais casos, dado o foco demasiado no nível individual, optamos por utilizar a abordagem emergente denominada marketing macrossocial para análise desse problema sistêmico. Para tanto, foi realizada uma revisão integrativa da literatura sobre o marketing macrossocial e uma discussão sobre o processo de adoção no Brasil de modo a servir de base à coleta dados. A metodologia utilizada será a sugerida por Kennedy (2017) que conta com quatro passos: (1) desenvolvimento de uma compreensão da situação, (2) criação modelos conceituais do sistema, (3) debate do mapa e modelos conceituais do sistema junto às partes interessadas e (4) ação. Para tanto, foram realizadas entrevistas usando a técnica de história oral temática com famílias que estão no processo de adoção ou que já o finalizaram. Também foram feitas entrevistas em profundidade com os demais atores do sistema de adoção como os líderes de projetos sociais, representantes do judiciário e responsáveis pelas instituições de acolhimento, entre outros. Em paralelo, foi realizada uma observação participante junto ao Grupo de Estudos e apoio à Adoção (GEAD-JP) de forma presencial e virtual. Depois de coletados, esses dados foram transcritos e analisados mediante análise de conteúdo. Os dados foram agrupados em duas dimensões chamadas Sistema e Visão analítica e Envolvimento e subjetividade. Dentro dessas dimensões as informações foram divididas em categorias denominadas: estrutura do sistema, críticas e falhas do sistema, pontos positivos e sugestões, significado e motivação, a complexidade da ação, esforços, engajamento e práticas institucionais, e questões subjetivas. Com base nos dados coletados constatamos que o sistema realmente é complexo e interligado, e que existem diversas causas para o desequilíbrio encontrado. As barreiras foram identificadas e suas possíveis causas foram elencadas, visando diminuí-las ou solucioná-las de acordo com seus níveis desenvolvemos propostas de intervenções de marketing macrossocial e seus respectivos responsáveis. Como exemplo, mutirões de priorização dos processos de adoção, parcerias com o judiciário para um papel chave no desenvolvimento e fornecimento de intervenções, campanhas que desmistifiquem o abandono e promovam a entrega consciente, e palestras nas comunidades sobre os passos da entrega consciente e da ilegalidade das adoções diretas. Essas intervenções deverão ser apresentadas no GEAD-JP e posteriormente levadas pelo grupo à Vara da Infância e Juventude, que se apresentou como a principal interação do sistema. A adoção não é comumente abordada com esse viés de marketing, o que caracteriza uma das contribuições acadêmicas do trabalho. O marketing macrossocial também é uma literatura recente que vem sendo utilizada para sistemas confusos e complexos, como o da adoção no Brasil. O estudo poderá contribuir para a realização de campanhas que não só conscientizem a população a respeito da causa, como também incentivem a mobilização da sociedade em prol das crianças em situação de abrigo. Na academia, a aplicação de uma abordagem de macrossocial expande os horizontes para a compreensão do sistema de adoção no Brasil. A pesquisa também pode servir como uma fonte de pesquisa e informação para os profissionais que trabalham com a causa da adoção, como também para pesquisadores em marketing social.

Palavras-chave: macromarketing, marketing macrossocial, mudança social, adoção infanto-juvenil, nova cultura da adoção.

ABSTRACT

The present study aims to analyze alternatives to assist in reducing the imbalance in the adoption system guided by macro-social marketing. Based on the assumption that the current adoption process in Brazil is configured as a complex social problem, considering that currently in the National Adoption Register there are 9,640 children eligible for adoption, while there are 46,186 applicant families in the same register. Considering the discussions about the inefficiency of social marketing in such cases, given the focus too much at the individual level, we chose to use the emerging approach called macro-social marketing to analyze this systemic problem. To this end, an integrative review of the literature on macro-social marketing and a discussion on the adoption process in Brazil was carried out in order to serve as a basis for data collection. The methodology used will be the one suggested by Kennedy (2017) which has four steps: (1) developing an understanding of the situation, (2) creating conceptual models of the system, (3) debate of the map and conceptual models of the system with the parties stakeholders and (4) action. To this end, interviews were conducted using the thematic oral history technique with families that are in the process of adoption or who have already completed it. In-depth interviews were also conducted with the other actors in the adoption system, such as leaders of social projects, representatives of the judiciary and those responsible for the host institutions, among others. In parallel, a participant observation was carried out with the Study Group and Support for Adoption (GEAD-JP) in person and online. After being collected, these data were transcribed and analyzed through content analysis. The data were grouped into two dimensions called System and Analytical View and Involvement and subjectivity. Within these dimensions, the information was divided into categories called: system structure, system criticisms and failures, positive points and suggestions, meaning and motivation, the complexity of the action, efforts, engagement and institutional practices, and subjective issues. Based on the data collected, we found that the system is complex and interconnected in fact, and that there are several causes for the imbalance found. The barriers were identified and their possible causes were listed, so we developed proposals for macro-social marketing interventions and their respective responsible in order to reduce or solve them according to their levels. As an example, efforts to prioritize adoption processes, partnerships with the judiciary for a key role in the development and provision of interventions, campaigns that demystify abandonment and promote conscious delivery, and lectures in communities on the steps of conscious delivery and illegality direct adoptions. These interventions must be presented at GEAD-JP and later taken by the group to the Child and Youth Court, which presented itself as the main interaction of the system. Adoption is not commonly addressed with this marketing bias, which characterizes one of the work academic contributions. Macro-social marketing is also a recent literature that has been used for confusing and complex systems, such as adoption in Brazil. The study may contribute to the realization of campaigns that not only make the population aware of the cause, but also encourage the mobilization of society in favor of children in a sheltered situation. In academia, applying a macro-social approach expands horizons for understanding the adoption system in Brazil. The research can also serve as a source of research and information for professionals working with the cause of adoption, as well as for researchers in social marketing.

Keywords: macromarketing, macro-social marketing, social change, adoption for children and adolescents, new culture of adoption.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Processo geral de marketing social por Andreasen.....	25
Figura 2: Níveis e mudanças a serem alcançadas.....	35
Figura 3: Etapas para habilitação dos pretendentes.....	45
Figura 4: Etapas do processo de adoção.....	47
Figura 5: Modelo de pesquisa.....	48
Figura 6: Posts no Instagram.....	57
Figura 7: Página do GEAD no Instagram.....	57
Figura 8: Processo de destituição e adoção sem a entrega consciente.....	68
Figura 9: Processo de destituição e adoção com a entrega consciente.....	69
Figura 10: Foto divulgada pela busca ativa no <i>WhatsApp</i>	100
Figura 11: Divulgação da busca ativa no Instagram do CEJA-PE.....	100
Figura 12: Famílias formadas por meio da busca ativa.....	101
Figura 13: Modelo conceitual com intervenções propostas.....	127

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Artigos da revisão integrativa de literatura	28
Quadro 2: Artigos empíricos da revisão integrativa de literatura.....	30
Quadro 3: Operacionalização da pesquisa.....	52
Quadro 4: Sujeitos da pesquisa.....	54
Quadro 5: Roteiro de história oral temática (famílias).....	59
Quadro 6: Roteiro de entrevista em profundidade (demais atores).....	60
Quadro 7: Etapas da análise de conteúdo	61
Quadro 8: Dimensões e categorias	63
Quadro 9: Achados Dimensão 1	118
Quadro 10: Achados Dimensão 2.....	119
Quadro 11: Intervenções upstream	121
Quadro 12: Intervenções midstream.....	123
Quadro 13: Intervenções downstream	125

LISTA DE SIGLAS

ANGAAD	Associação Nacional de Grupos de Apoio à Adoção
CGJ	Corregedoria Geral de Justiça
CNA	Cadastro Nacional de Adoção
CNJ	Conselho Nacional de Justiça
ECA	Estatuto da Criança e do Adolescente
GAAs	grupos de apoio à adoção
GEAD-JP	Grupo de Estudos e Apoio à Adoção de João Pessoa
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MAS	Mecanismos, Ações e Estruturas
MDS	Erro! Fonte de referência não encontrada.
SAM	Serviço de Assistência ao Menor
STF	Supremo Tribunal Federal
TJ	Tribunal de Justiça
UFPB	Universidade Federal da Paraíba

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	Contextualização do tema	15
1.2	Problema de pesquisa	17
1.3	Objetivo geral e específicos	18
1.4	Justificativa do estudo	18
1.5	Estrutura do trabalho	20
2.1	Marketing social	22
2.1.1	Conceitos base	23
2.1.2	Principais abordagens e usos	24
2.1.3	Foco da análise	25
2.1.4	Vantagens e desvantagens	26
2.2	Marketing macrossocial	27
2.2.1	Estudos sobre macrossocial	27
2.2.2	Origem e histórico	32
2.2.3	Conceitos base	34
2.2.4	Foco da análise	37
2.2.5	Vantagens e desvantagens	38
2.3	Adoção e família	39
2.3.1	Perfil dos acolhidos no Brasil	42
2.3.2	Tipos de serviço de acolhimento	43
2.3.3	Passo a passo atual da adoção no Brasil	44
2.4	Modelo conceitual da pesquisa	47
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	50
3.1	Revisão integrativa de literatura	50
3.2	Pesquisa empírica	51
3.2.1	Sujeitos da pesquisa	53
3.2.2	Coleta de dados	54
3.2.2.1	<i>Observação participante</i>	55
3.2.2.2	<i>História oral</i>	58
3.2.2.3	<i>Entrevistas com os agentes/atores</i>	59
3.2.3	Procedimentos de análise	60
4	ANÁLISE DOS DADOS	63
4.1	Sistema e visão analítica	64
4.1.1	Estrutura do sistema	64

4.1.2	Críticas e falhas do sistema	69
4.1.3	Pontos positivos e sugestões.....	81
4.2	Envolvimento e subjetividade	86
4.2.1	Significado e motivação	86
4.2.2	A complexidade da adoção.....	89
4.2.3	Esforços, engajamento e práticas institucionais	96
4.2.3.1	Campanhas	107
4.2.4	Questões subjetivas	113
4.3	Intervenções do marketing macrossocial	120
4.3.1	Intervenções do nível <i>upstream</i>	121
4.3.2	Intervenções do nível <i>midstream</i>	123
4.3.3	Intervenções do nível <i>downstream</i>	125
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	128
5.1	Limitações e recomendações.....	132
APÊNDICE 2 – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADO – LIDERES DE PROJETOS SOCIAIS, ONGs, CONSELHEIROS, TUTELARES COORDENADORES DE ABRIGO.....		141

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização do tema

O debate sobre os direitos das crianças e adolescentes no Brasil não é recente, já na década de 1920 passou a vigorar um documento denominado Código de Menores, que atendia às questões de menores de 18 anos em situação de vulnerabilidade. Depois em 1942, foi criado Serviço de Assistência ao Menor (SAM), que possuía um caráter mais punitivo do que de garantia aos direitos das crianças. Em 1988 a Constituição Federal Brasileira estabeleceu em seu artigo 227 que o dever, não só da família, como da sociedade e também do Estado, é garantir a convivência familiar dessas crianças e adolescentes e preservá-los de qualquer tipo de negligência, exploração e violência (BRASIL, 1988).

Reforçando esse entendimento, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), de julho de 1990, em seu artigo 19 expressa que ser criado e educado em uma família, biológica ou substituta, é um direito garantido às crianças e adolescentes, de modo que seu desenvolvimento possa ser estimulado e assegurado (BRASIL, 1990). Em termos de legislação, podemos dizer que o Brasil é um país evoluído, tendo em vista que foi um dos primeiros a reconhecer as crianças e adolescentes como sujeitos de direitos e a criar um Estatuto que regulamenta a proteção integral das mesmas.

Todavia somente a criação de leis não foi capaz de transformar a realidade de crianças em situação de abandono. Segundo dados do Conselho Nacional de Justiça, existem em torno de 47.484 crianças institucionalizadas, ou seja, vivendo em abrigos (CNJ, 2019). Em sua maioria, foram retiradas de suas famílias biológicas por questões como negligência, abandono e dependência química dos pais (ASSIS; FARIAS, 2013).

A legislação também prevê que as instituições de acolhimento devem ser configuradas como uma situação provisória e de caráter excepcional, devendo ser usufruída pela criança ou adolescente que esteja em situação de risco e foi ou está sendo destituído da família por alguma situação indevida como maus tratos, abuso, entre outros (FERREIRA, 2014b). Sua permanência em tais instituições não deve se prolongar mais do que os dois anos previstos em lei, porém a realidade é que mais da metade das crianças em situação de abandono ultrapassa esse tempo estimado (ASSIS; FARIAS, 2013).

O desenvolvimento destes indivíduos é comprometido de forma muitas vezes irreversível, dado que a atenção despendida a uma criança em abrigo é falha. Com isso, consequências como o uso precoce de álcool e drogas, prejuízos cognitivos, dificuldades

emocionais, incapacidade de formar laços, dentre outras são comuns entre essas crianças institucionalizadas (SIQUEIRA; DELL'AGLIO, 2006).

Uma das formas de se garantir convivência familiar prevista em lei é a colocação em família substituta por meio da adoção. No entanto, para que as crianças estejam aptas à adoção é necessário que um processo anterior, denominado destituição do poder familiar, seja executado. Nesse processo, os genitores da criança perdem os direitos e obrigações de maternidade/paternidade. Ao serem destituídas, essas crianças podem ingressar no Cadastro Nacional da Adoção, no qual atualmente constam 9.640 crianças como aptas à buscarem novas possíveis famílias (CNA, 2019a).

As pessoas interessadas em adotar também devem passar por um processo anterior ao processo de adoção, que é a habilitação, no qual são submetidos a avaliações psicológicas e sociológicas, cursos e visitas de assistentes sociais para a comprovação da aptidão à uma paternidade e/ou maternidade por adoção responsável. Quando habilitados, os pretendentes também passam a constar no Cadastro Nacional da Adoção, no qual existem 46.186 famílias pretendentes no país atualmente (CNA, 2019b). Por esses números, é possível perceber um desequilíbrio, que não faz muito sentido.

Dados os fatos, partimos do pressuposto de que o processo de adoção atual no Brasil se configura como um problema social. Uma das abordagens utilizadas para a resolução de tais problemas é o marketing social, porém o foco de seus estudos e campanhas estão geralmente voltados ao alcance da mudança social a partir de mudanças de comportamentos individuais (KOTLER; ROBERTO, 1992).

Com isso, começaram a surgir discussões a respeito da ineficiência do marketing social em casos de problemas sociais mais complexos. Estudiosos, como Ann-Marie Kennedy e Christine Domegan, defendem que, para esse tipo de problema denominados *wicked problems*¹, são necessárias intervenções em diversos níveis da sociedade, visto que muitas vezes esses problemas são estruturais e estão enraizados culturalmente (DOMEGAN, 2008; KENNEDY; PARSONS, 2012; KENNEDY, 2016; KENNEDY, 2017). Problemas como a questão da adoção no Brasil são complexos, confusos, interligados e difíceis de definir, visto que possuem inúmeras razões e fatores interdependentes que os causam.

Para analisar problemas sistêmicos como esse, é necessária uma abordagem também sistêmica. Uma que vem se mostrando efetiva na diminuição desses casos é o marketing

¹ Tradução nossa: problemas complexos

macrossocial, que é a promoção de esforços de marketing para a criação de sistemas holísticos visando mudanças em normas já institucionalizadas (KENNEDY, 2016).

Diante disso, essa pesquisa busca compreender os fatores que constituem o processo da adoção no Brasil, seus agentes, facilitadores e suas barreiras a fim de propor uma reflexão acerca de medidas que possibilitem transformar a realidade de crianças que estão tendo seu direito à convivência familiar desrespeitados.

1.2 Problema de pesquisa

Com base na contextualização do tema a ser abordado, podemos observar que existe um problema na temática da adoção que envolve múltiplas dimensões, dentre elas pressupomos a burocracia e o preconceito, que são questões críticas e de cunho social. Sabe-se que o marketing social promove ações que visam à mudança de comportamento individual, que nesse caso não solucionariam o problema central que é esse descompasso entre o número de pretendentes e de crianças aptas à adoção. Visando então uma mudança para um problema complexo que envolve várias esferas e diferentes agentes (individuais, sociais e formais), optamos por analisá-lo à luz do marketing macrossocial.

Essa abordagem sugere uma intervenção social a partir da combinação de táticas adequadas para cada agente envolvido no problema perverso em questão, devendo ocorrer desde a mudança de comportamento individual até a alteração de políticas públicas, acarretando mudanças no nível macro (KENNEDY; PARSONS, 2012; NGUYEN *et. al.*, 2014; HUFF *et. al.*, 2017). Kennedy e Parsons (2012) colocam que a mudança de posicionamento dos atores políticos dissociada da mudança individual não é capaz de gerar uma mudança social ou vice-versa, para tanto são necessárias mudanças em todo o sistema.

Mudanças sistêmicas são alcançadas no longo prazo, a partir da institucionalização de uma alteração de comportamentos da sociedade, ou seja, quando ocorrem alterações normativas em vários níveis do sistema podemos afirmar que houve uma mudança sistêmica (KENNEDY, 2016). A modificação do comportamento individual continua sendo o resultado buscado pelos pesquisadores de marketing macrossocial, porém não mais o único. A principal diferença em relação ao marketing social é a importância dada à análise de todo o sistema social, visto que considera as possíveis barreiras e facilitadores (NGUYEN *et. al.*, 2014; KENNEDY, 2016)

Com isso, temos que a problemática que embasa esse estudo é: **Como as perspectivas do marketing macrossocial podem contribuir para o equilíbrio do sistema de adoção no Brasil?**

1.3 Objetivo geral e específicos

A fim de responder esse questionamento, o objetivo geral deste estudo é: **analisar o sistema de adoção na perspectiva do marketing macrossocial.**

Com base nesse objetivo, definimos quatro objetivos específicos, sendo eles: (1) identificar o papel dos agentes envolvidos no processo de adoção; (2) avaliar políticas e instituições existentes que visam à promoção da adoção; (3) discutir as principais barreiras e facilidades que envolvem o processo de adoção no Brasil; e por fim (4) identificar alternativas para a diminuição do desequilíbrio.

Os objetivos específicos serão discutidos na análise de dados, seção que discute os dados coletados por meio de entrevistas em profundidade, de história oral e também de observação participante. Esses dados foram divididos em duas dimensões, sendo a primeira referente aos dados que se relacionam com as características do sistema e a visão analítica que os entrevistados possuem a respeito do mesmo, atendendo assim aos objetivos específicos 1 e 3. Nessa mesma dimensão serão apresentadas as sugestões de mudança propostas pelos respondentes, que correspondem também ao objetivo específico 4, porém só serão discutidas mais a frente, na seção 5 das considerações finais. O objetivo específico 2 será alcançado na segunda dimensão da análise de dados, que além de apresentar essas políticas e práticas existentes, aborda também algumas questões subjetivas que envolvem o processo de adoção no Brasil.

1.4 Justificativa do estudo

Muitas crianças brasileiras se encontram em situação de acolhimento que geralmente não são favoráveis ao seu desenvolvimento pessoal, à sua formação educacional ou, ainda mais grave, às questões emocionais e afetivas. Com isso em mente, esta pesquisa busca olhar o fenômeno da adoção pelas lentes do marketing social, mais especificamente do marketing macrossocial, de modo a analisar os aspectos que tornam essa convivência familiar uma realidade distante à maioria das crianças institucionalizadas.

Outras temáticas complexas como obesidade, uso de armas de fogo, doação de sangue e de órgãos, entre outras, são constantemente tratadas por estudiosos utilizando as teorias derivadas do macromarketing. Inclusive no Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), no qual estamos inseridos, diversos são os estudos na linha de Marketing e Tecnologia que visam alinhar a abordagem de “[...] uma das

forças mais impactantes e em constante evolução para mudança social no mundo, que é o marketing comercial” (ANDREASEN, 2006, p. 6) a problemas de cunho social.

Estudos com problemáticas que dizem respeito a mudanças de comportamentos relacionadas à doação de sangue (BARBOZA, 2012), consumo de bebida alcoólicas (BASTOS, 2013) e obesidade infantil (SILVA, 2015) foram tratados pelo marketing social, teoria que visa à mudança de comportamento individual. Questões como essas atualmente também podem ser tratadas de forma sistêmica e mais abrangente utilizando as premissas do marketing macrossocial. Essa vertente do macromarketing busca solucionar problemas complexos em suas diversas dimensões, utilizando estratégias que possam gerar mudanças sociais (DOMEGAN, 2008; KENNEDY; PARSONS, 2012; KENNEDY, 2016).

A adoção é uma questão que abrange diversos atores como: poder executivo, poder legislativo, as famílias pretendentes, os abrigos, e principalmente, as crianças. Com isso, podemos perceber a complexidade desse fenômeno, o conflito de interesses dos atores e também sua abrangência. Analisando a temática como um processo de troca, que ainda não é comumente explorado no campo do marketing, ainda que existam esforços pontuais como o trabalho de Damaceno (2019), podemos considerar que este estudo tem muito a contribuir com a área. Consideramos então as contribuições teóricas do estudo para a comunidade acadêmica, tendo em vista a necessidade de ações de marketing voltadas a causas sociais que sejam de fato efetivas, sistemáticas e intencionais a fim de modificar a sociedade e comportamentos coletivos (COSTA, 2015).

O marketing social vem evoluindo de uma abordagem estritamente individual para atingir uma mudança de comportamento mais macro, dado que a visão de que o indivíduo é o único responsável pelo seu comportamento não é mais aceita no macromarketing. Os problemas tratados pelo marketing social com uma perspectiva macro, são problemas complexos, ou seja, que possuem múltiplas causas, fatores de perpetuação e soluções (KENNEDY, 2019).

Essa é uma temática que está em expansão, teórica e metodologicamente, o que se apresenta como uma contribuição teórica da pesquisa, trazendo uma teoria que ainda não foi muito trabalhada no Brasil. Também se justifica pela aplicabilidade ao tema, tendo em vista que utiliza a teoria de sistemas para a resolução desses problemas complexos, a fim de promover intervenções contextuais e ambientais em prol de um comportamento considerado benéfico para a sociedade.

Alguns temas já foram tratados na perspectiva do marketing macrossocial como a sustentabilidade no consumo de sacolas plásticas (LITTLE, LEE, NAIR, 2019), o consumo *fast-fashion* (KENNEDY, 2016), o problema da obesidade (KEMPER; BALLANTINE, 2017),

consumo de refrigerantes e tabaco (KOCH; ORAZI, 2017). Nesses estudos, diversas teorias foram aplicadas para a resolução desses problemas perversos tais como, Mecanismos, ações e estrutura (MAS), Teoria Institucional, entre outras. Todas essas teorias têm em comum essa perspectiva sistêmica de tratamento dos problemas, sendo uma sinergia entre múltiplas metodologias que envolvem o pensamento e a teoria sistêmica. (KENNEDY, 2017; KENNEDY, 2019)

O marketing macrossocial possui ferramentas que podem ser utilizadas para um melhor entendimento deste fenômeno e em prol da melhoria desse sistema, que hoje exclui e prejudica o bem-estar dos envolvidos. Com a melhoria e diminuição do desequilíbrio neste âmbito, muitas famílias seriam favorecidas, muitas crianças atendidas e haveria uma diminuição de gastos de recursos públicos que são as maiores fontes de receitas das instituições de acolhimento (ASSIS; FARIAS, 2013).

É uma abordagem que está se estabelecendo na academia e a questão da adoção no Brasil se apresenta como um problema complexo. Com um sistema de políticas de marketing bem estruturado, a causa possivelmente atrairia um maior número de financiadores podendo ser empresas privadas ou pessoas da comunidade em si. Atualmente podemos afirmar que a causa aparece de forma tímida em relação a outras como a violência contra a mulher e a violência e adoção animal, que estão bem veiculadas na mídia, com defensores políticos e pessoas da mídia militando em favor delas. E a adoção se constitui tão grave quanto elas na sociedade. Diante de uma aproximação inicial com o campo, fica claro que as ONGs de apoio à adoção são financiadas apenas pelas pessoas que são voluntárias ou que as frequentam, bem como os abrigos que tem seu acesso limitado e suas ações não divulgadas à sociedade, pelo contrário quase que escondidas.

A causa por si só é comovente, porém a realidade dessas crianças permanece invisível para a sociedade. Discussões sobre a possibilidade de adoção de crianças raramente são comentadas em reuniões de família ou entre os casais, já que culturalmente o correto e aceitável é gerar filhos biológicos. A causa nos sensibilizou de tal modo, que buscamos encontrar no marketing macrossocial uma possibilidade de amenizar ou até mesmo solucionar questões que apesar de complexas, podem ser diminuídas a partir de ações efetivas.

1.5 Estrutura do trabalho

Se tratando estrutura do trabalho, o estudo está dividido em cinco capítulos: a introdução, na qual fizemos uma breve apresentação e contextualização da temática,

apresentamos a problemática, objetivos e os pontos que justificam a condução desta pesquisa. O segundo capítulo traz a fundamentação teórica do trabalho que apresenta o marketing social, uma revisão integrativa sobre o marketing macrossocial e um resgate histórico da adoção no Brasil até os dias de hoje. O terceiro capítulo se refere à metodologia do trabalho, em que se delineiam os aspectos metodológicos da pesquisa, as técnicas de coleta e análise de dados e os sujeitos da pesquisa. O quarto capítulo traz a apresentação e discussão inicial dos dados e por fim, o quinto capítulo faz as considerações finais visando as contribuições do trabalho, como também as limitações do mesmo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo abordaremos a discussão teórica que embasa essa pesquisa. Iniciaremos com o marketing social, seus conceitos, aplicações e as principais discussões que levaram os pesquisadores a elevar as pesquisas e campanhas para um nível mais sistêmico, o que resultou no marketing macrossocial. Por fim, apresentaremos a evolução da adoção no Brasil e como ela se configura atualmente.

2.1 Marketing social

As formas de consumo anteriores à Revolução Industrial se apresentavam de forma diferente das que estamos habituados atualmente. Os produtos que antes eram feitos sob medida, pelas mãos do artesão, deram lugar às produções em larga escala e para que houvesse o escoamento dos produtos, surgiu o que conhecemos por marketing de massa. O papel que esse marketing, também chamado comercial e até então não consolidado como um campo de pesquisa e atuação, passou a ocupar na sociedade foi o de criar necessidades que muitas vezes as pessoas nem possuíam (McCRACKEN, 2003).

A área de marketing teve sua atenção voltada ao lucro das empresas ao longo do tempo, resultando em externalidades que hoje, outras vertentes dentro da própria área de estudos buscam amenizar. Como cita Costa (2015, p. 72) o marketing esqueceu que é uma atividade social e que seu foco principal é a troca para “[...] militar em favor da construção de uma base de conhecimentos e técnicas para favorecer somente ao agente ofertante do sistema de troca” o que acabou por afetar o equilíbrio desse sistema.

Uma das abordagens para problemas sociais é o marketing social, que tem suas raízes e seus primeiros pensamentos estimulados pelo artigo *Why can't you sell brotherhood and rational thinking like you sell soap?* do sociólogo G. D. Wiebe, no ano de 1950. Após isso, em 1969, Kotler e Levy publicaram o artigo *Broadening the concept of marketing* no qual defenderam que as ferramentas do marketing poderiam além de vender produtos e serviços, também promover ideias que tivessem como foco o bem-estar da sociedade (ANDREASEN, 2002).

O termo foi denominado marketing social por Kotler e Zaltman e definido como “a criação, implementação e controle de programas calculados para influenciar a aceitação de ideias sociais e envolvendo considerações de planejamento, precificação, comunicação e distribuição de produtos e pesquisa de marketing” (KOTLER; ZALTMAN, 1971, p. 5). Em 1989, Kotler e Roberto publicaram o primeiro livro da temática (ANDREASEN, 2002), em que

ensinaram como utilizar a teoria de forma didática e metodológica, além de trazerem exemplos de campanhas já realizadas.

Inicialmente o marketing social foi utilizado para a “comunicação de uma mensagem” e isso fez com que muitos passassem a confundir marketing social com comunicação social, porém esta não utiliza os princípios do marketing (DOMEGAN, 2008). No ano de 1990, a área começou a ser entendida como um fator de mudança comportamental e não só de ideias. Houve uma migração de apenas comercialização do produto do bem social, envolvido na mudança social, para uma abordagem mais focada na mudança comportamental voluntária do indivíduo (ANDREASEN, 2002; WOOD, 2016).

As discussões acerca do tema se tornam cada vez mais frequentes. Citações em artigos e livros, a criação do *Journal Social Marketing Quarterly* em 1994, a oficialização do Instituto de Marketing Social em 1999, entre outros acontecimentos foram de fundamental importância para o fortalecimento da área de pesquisa (ANDREASEN, 2006).

2.1.1 Conceitos base

O marketing social não é uma ação pontual e sim um processo para desenvolvimento de programas de mudança social, modelado no marketing comercial (ANDREASEN, 2002). É aplicado em situações que um comportamento crítico, considerado arriscado para a sociedade, precisa ser abordado, como exemplo a prática do sexo sem preservativo, a obesidade e falta de doadores de sangue.

Brenkert (2002) coloca que o marketing social é advindo de um conceito ampliado do marketing convencional, utilizando basicamente as mesmas estratégias, para auxiliar na promoção de comportamentos considerados saudáveis para a sociedade, tornando-os produtos ou serviços normalmente comercializados pelo marketing convencional. Esses novos produtos são ideias sociais que beneficiam a sociedade em prol do bem social, que impulsiona simultaneamente a redução do mal-estar e o aumento do bem-estar (CARVALHO; MAZZON, 2015; KENNEDY, 2016).

Kotler e Roberto (1992) colocam que as campanhas de mudança são realizadas visando convencer o público-alvo a aceitar, transformar e/ou abandonar certas ideias, atitudes, ou comportamentos. A ideia social deve ser disseminada no mercado a fim de propagar comportamentos mais saudáveis na sociedade.

Andreasen (2006) coloca que o marketing social significa tornar o mundo um lugar melhor para todos, visto que é uma das abordagens sociais mais poderosas quando se tratando da mudança de comportamentos. Para tanto, utiliza a promoção de estímulos a comportamentos

saudáveis por meio de intervenções que busquem aliviar doenças, por exemplo, como seu foco principal. Isso por meio da prevenção de problemas de saúde, combate ao tabaco e a bebida alcoólica, incentivos a condução segura, diminuição da pobreza, entre outros (CARVALHO; MAZZON, 2015).

Com relação às diferenças relativas ao conceito de troca no marketing convencional e social, Carvalho e Mazzon (2015) discorrem que no marketing tradicional a troca é o último ponto de atenção, enquanto que no marketing social é a principal unidade de análise. Outra comparação é citada por Brenkert (2002) quando coloca que o marketing convencional promove trocas de mercado diferente do marketing social que promove trocas de bem-estar. Já Domegan (2008) diz que é a aplicação dos princípios de marketing e a troca por questões sociais.

2.1.2 Principais abordagens e usos

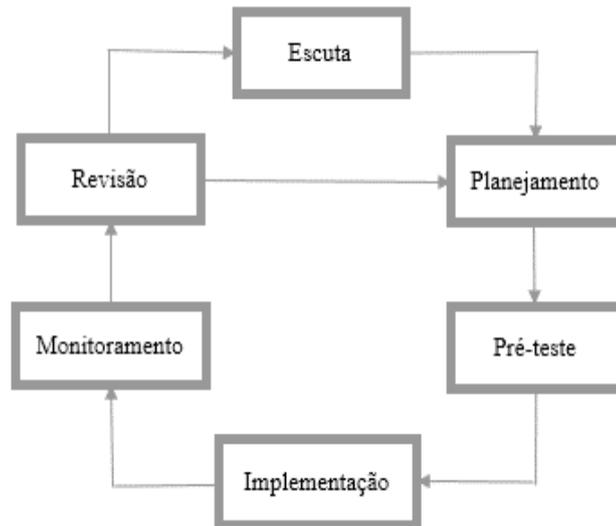
O marketing social visa influenciar o comportamento individual por meio da promoção de comportamentos considerados saudáveis, de modo a gerar uma mudança voluntária tida como positiva em prol do bem-estar dos indivíduos, comunidades e consequentemente da sociedade (ANDREASEN, 2002; KENNEDY, 2016; TRUONG, 2017). Com essa percepção mais ampla do campo é possível perceber uma migração do setor comercial para o setor sem fins lucrativos, tendo como seus principais usuários os órgãos públicos e as ONGs. É possível enxergar essas organizações utilizando o marketing social principalmente onde as questões educacionais e legislativas não alcançam ou não são efetivas (DOMEGAN, 2008).

Andreasen (2002) afirma que para a obtenção de sucesso nessas campanhas são necessárias grandes doses de publicidade aliadas a um monitoramento estratégico destas. Corroborando com esse pensamento, Wymer (2010) argumenta que uma abordagem típica de marketing social se dá com o desenvolvimento de uma campanha publicitária de massa de curta duração para encorajar os indivíduos a uma mudança de comportamento.

Como processo geral do marketing social Andreasen (2006) define seis etapas fundamentais para a execução de uma boa campanha. Ele coloca que o primeiro passo deve ser a **escuta**, que consiste em uma interação inicial com o campo buscando entender o problema e suas peculiaridades. No segundo passo, que é o **planejamento**, os pesquisadores devem utilizar os dados obtidos na escuta para a elaboração dos planos de ação da campanha. Para validação dessas etapas iniciais o autor propõe um **pré-teste** para a validação do que foi planejado para a campanha. Com os feedbacks adquiridos e os ajustes finalizados, a campanha está apta para a

fase de **implementação**. Após o lançamento da campanha é necessário um **monitoramento** para identificação de erros passíveis de **revisão** e se preciso redirecionar algumas decisões. Esse processo é representado na Figura 1 a seguir.

Figura 1: Processo geral de marketing social por Andreasen



Fonte: Tradução nossa de Andreasen (2006, p.96).

O composto de marketing social se configura de forma semelhante ao de marketing gerencial, no qual o produto é o pacote de benefícios que o comportamento proposto oferece. O preço é sacrifício despendido para obtenção do comportamento, podendo ser monetário, psicológico, entre outros. A praça é representada pelos canais de distribuição, que visam atingir o público alvo da campanha. Por fim, a promoção que é a comunicação e estímulo do comportamento dito ideal (ANDREASEN, 2006).

2.1.3 Foco da análise

Nas campanhas de marketing social, a mudança de comportamento é o background (ANDREASEN, 2002) e o foco principal é o indivíduo e os benefícios que serão adquiridos por ele com a adoção daquela mudança. Como já citado anteriormente o marketing social trabalha com trocas de bem-estar, com isso podemos afirmar que essa relação diretamente proporcional que o marketing social tem com o bem-estar das pessoas que ele influencia é o que o diferenciou do marketing comercial. Também se diferencia do marketing socialmente responsável e do relacionado a causas, pois estes são vertentes empresariais de marketing, que possuem uma visão voltada à sociedade, mas não necessariamente para a promoção do bem-estar comum (BRENKERT, 2002).

O centro do processo de marketing social é a mudança do comportamento individual (DOMEGAN, 2008), para tanto é necessária uma rede comunitária de relacionamentos e parcerias visando o alcance dessas mudanças. Juntamente com essa rede, informações baseadas em evidências e avaliação na tomada de decisões são imprescindíveis, para que com isso as mensagens disseminadas sejam capazes de convencer os indivíduos a não realizarem mais certos comportamentos não saudáveis ou aderir a comportamentos saudáveis (WYMER, 2010).

2.1.4 Vantagens e desvantagens

Algumas fragilidades relacionadas às campanhas de marketing social passam a ser questionadas pelos pesquisadores como a efetividade das campanhas advindas dos estudos na temática e o foco exclusivo no comportamento individualizado. Domegan (2008) coloca que tendo em vista que vivemos em sociedades livres, os indivíduos podem se recusar a alterar seu comportamento, mantendo assim um comportamento indesejado, o que acabaria neutralizando o efeito das campanhas. Outra questão citada é que essas campanhas se concentram demasiadamente nos indivíduos, colocando-os como principais agentes no processo de mudança comportamental, presumindo que estes tomam decisões ou escolhas bem informadas e fundamentadas, e por esse motivo são responsáveis por seus próprios comportamentos (ANDREASEN, 2002; KENNEDY; PARSONS, 2012; KENNEDY, 2016; WOOD, 2016; HIDAKA; MIZUKOSHI, 2018).

Todavia as pessoas muitas vezes não têm acesso às informações de forma completa ou até mesmo a capacidade para fazer escolhas lógicas, em especial quando se trata de vícios. Também podem fazer escolhas de forma consciente consideradas erradas, influenciadas por outro sistema de marketing considerado negativo (KENNEDY; PARSONS, 2012; KENNEDY, 2016; TRUONG, 2017). Por isso, diversos autores apontam a necessidade de uma análise mais abrangente daquele padrão comportamental negativo, tendo em vista que muitos problemas sociais advêm de causas subjacentes.

Quando se trata de problemas complexos, os autores geralmente comungam do mesmo pensamento de que somente o marketing social *downstream* não é capaz de solucioná-los, visto que os sistemas de marketing de produtos e atitudes indesejáveis, como a ingestão de bebidas alcoólicas, são fortes e estáveis por serem culturalmente sustentados pela sociedade (TRUONG, 2017; WESTBERG *et. al*, 2017; THOMPSON, 2017). Certos comportamentos individuais só podem ser atingidos e alcançados pelas leis e políticas públicas, que são capazes de regulamentar vidas e modos de agir (ANDREASEN, 2002).

Ao invés de considerar os determinantes dos problemas, como os fatores ambientais e sistemáticos, o foco é na esfera individual o que acaba sendo ineficaz em algumas situações, tendo em vista que trata os sintomas e não as causas (WOOD, 2016). Apesar disso é necessário reconhecer que as ações em *downstream* podem ser eficazes e influenciar mudanças em alguns indivíduos, caso contrário a área de estudo não teria se destacado e se estabilizado ao longo do tempo. Entretanto recebemos múltiplas influências internas e externas que induzem nossos comportamentos, os quais estão em constante “bombardeio” de influências negativas que na maioria das vezes são bem mais fortes que os estímulos positivos, o que torna improvável grandes melhorias em comportamentos maléficos à sociedade apenas direcionando mensagens individuais (WYMER, 2010).

A capacidade dos indivíduos de fazerem escolhas saudáveis diminui quando seu ambiente de escolha promove ativamente opções menos “saudáveis” (WYMER, 2010). O mesmo acontece com o processo regulamentado de adoção, aqui investigado, visto que as opções de adoção “à brasileira”, que são as que não passam pelos processos burocráticos previstos em lei, são inúmeras e mais comuns. Isto faz com que algumas pessoas sequer cogitem a possibilidade de uma adoção por meio do cadastro, devido à percepção de burocracia envolvida. Com isso, as ações de marketing social podem ser valiosas para a promoção do processo de adoção feito de forma correta, porém é necessária a criação de um contexto social saudável para que as mesmas possam ser efetivas (WYMER, 2010).

Tendo em vista as críticas, os pesquisadores passaram a buscar outras formas de mudança social, uma delas é o marketing macrossocial que é uma abordagem de marketing social em nível macro que propõe intervenções em esferas do sistema a ser analisado.

2.2 Marketing macrossocial

Esta seção corresponde a teoria do marketing macrossocial. Iniciaremos com uma revisão da literatura encontrada atualmente a respeito do tema, depois sua origem e histórico, seus conceitos, foco da análise e críticas.

2.2.1 Estudos sobre macrossocial

Realizamos uma busca nas bases Google Acadêmico, SAGE, Periódicos CAPES, AMA, SciELO e SPELL no período de 1989 a 2019 a fim de analisar o que foi produzido a respeito do marketing macrossocial nos últimos 30 anos. Percebemos que apesar de a ideia de um marketing social mais abrangente já aparecer em artigos e livros relativos ao marketing social, essa nova denominação só surge em 2012 com o artigo “*Macro-social marketing and*

social engineering: A systems approach” de Ann Marie Kennedy e Andrew Grant Parsons, resultando em um aumento de publicações após essa data. O Quadro 1 apresenta a lista de acordo com o último sobrenome dos autores, a quantidade de artigos publicados e o ano de publicação.

Quadro 1: Artigos da revisão integrativa de literatura

Autores	Quantidade	Ano da publicação
Kennedy	2	2016 e 2017
Wood	2	2016 e 2018
Kennedy e Parsons	1	2012
Nguyen, <i>et. al</i>	1	2014
Carvalho e Mazzon	1	2015
Hall	1	2015
Truong	1	2017
May e Previte	1	2016
Hamby, Pierce e Brinberg	1	2016
Duffy, Northey e Esch	1	2016
Domegan, <i>et. al</i>	1	2016
Kemper e Ballantine	1	2017
Brychkov e Domegan	1	2017
Domegan, <i>et. al</i>	1	2017
Huff, <i>et. al</i>	1	2017
Ra'd Almestahiri et al	1	2017
Kennedy, <i>et. al</i>	1	2017
Westberg, <i>et. al</i>	1	2017
Lindenmeier; Lwin e Andersch	1	2017
Thomas	1	2017

Thompson, Previte, Kelly e Kelly	1	2017
Koch e Orazi	1	2017
Hidaka e Mizukoshi	1	2018
Kennedy, Kemper e Parsons	1	2018
Truong, Saunders e Dong	1	2018
Little, Lee e Nair	1	2019

Fonte: Elaboração própria (2020)

O Quadro 1 apresenta o resultado final da revisão integrativa de literatura que será explanado mais a frente, na seção da metodologia. Essa extração é o reflexo da coleta e análise dos dados a partir de filtros como apenas artigos relacionados à temática, em língua inglesa, podendo ser teóricos e/ou empíricos. É notável o crescimento do número de publicações a respeito do tema, em especial no ano de 2017. Também podemos observar o protagonismo de Kennedy com a publicação de 5 artigos na área. Apesar de Domegan (2008) ser citado em diversos artigos coletados pela revisão, o estudo não apareceu em nenhuma das bases pesquisadas, porém sua relevância percebida devido as diversas citações e por isso decidimos integrá-lo também ao referencial teórico.

Outros autores que não apareceram na revisão integrativa, mas que achamos importante citar, foram Lee e Kotler (2015), tendo em vista que abordam os níveis macro e meso como sendo importantes para um funcionamento ideal dos esforços de marketing social, porém quando se tratando do marketing macrossocial, Ann Marie Kennedy foi além e se aprofundou mais na temática do que os clássicos Nancy Lee e Philip Kotler, por esse motivo optamos por utilizar os estudos dela como base para essa pesquisa.

Dentre os estudos coletados, apenas 11 são estudos empíricos. Para uma melhor visualização de como o marketing macrossocial vem sendo implementado na prática, construímos o Quadro 2 que possui o título, autores, ano, objeto e objetivo de cada estudo empírico analisado.

Quadro 2: Artigos empíricos da revisão integrativa de literatura

Título	Autores	Ano	Objeto	Objetivo
<i>The taboo question: condom retailing in Vietnam and social marketing implications</i>	Nguyen et. al	2014	Preservativos	Ilustrar a necessidade do marketing social tanto <i>upstream</i> quanto <i>downstream</i> em relação ao merchandising de preservativos no contexto vietnamita.
<i>Intervening in academic interventions: framing social marketing's potential for successful sustainable tourism behavioural change</i>	Hall	2015	Turismo	Usar a lente do marketing social para investigar as capacidades dos pesquisadores de turismo em contribuir para a mudança comportamental do turista sustentável.
<i>Government-led Macro-social Marketing Programs in Vietnam: outcomes, challenges, and implications</i>	V. Dao Truong	2017	Tabagismo, uso de capacete, dirigir alcoolizado e nutrição	Examinar o marketing macrossocial liderado pelo governo no Vietnã, um país onde o governo nacional está interessado em usar o marketing social para gerar mudanças sociais.
<i>Understanding the midstream environment within a social change systems continuum</i>	May, Previte	2016	Superpopulação de gatos	Fornecer orientações sobre como o marketing social <i>midstream</i> (com foco nos veterinários) pode ser usado para entender e abordar problemas graves através da adoção de uma abordagem colaborativa de integração de sistemas, conceitualizada de acordo com uma perspectiva de marketing.
<i>Solving Complex Problems: enduring solutions through social entrepreneurship, community action, and social marketing</i>	Hamby, Pierce, Brinberg	2016	Educação	Basearam-se em três abordagens distintas de mudança social para destacar uma abordagem pragmática do marketing macrossocial. Em segundo lugar, apresentam um estudo de caso para ilustrar o valor da adesão, da geração de um fluxo de recursos duradouro e aplicação de princípios de marketing social para resolver um problema social significativo: o acesso à educação de qualidade para jovens quenianos de baixa renda.

<i>Systems-thinking social marketing: conceptual extensions and empirical investigations</i>	Domegan, C. et. al	2016	Poluição dos mares	Complementar as discussões de marketing social voltadas para os sistemas da WSM 2015. Apresentar uma metodologia potencial de sistemas para o marketing social em resposta às solicitações de Lefebvre (2013), Dibb (2014) e French e Gordon (2015) por mudança transformadora e marketing social estratégico. Identificar as lacunas persistentes do sistema de marketing social, tanto teóricas quanto empíricas.
<i>Socio-technical transitions and institutional change: addressing obesity through macro-social marketing</i>	Kemper, Ballantine	2017	Obesidade	Introduzir a perspectiva multi-nível sobre transições sociotécnicas (MLP) para aprofundar nossa compreensão de como o marketing macrossocial pode ser usado para abordar problemas graves e, ao fazê-lo, conceituar ainda mais como as instituições formais e informais podem contribuir para este emergente campo de estudo.
<i>Addressing the Wicked Problem of American Gun Violence: consumer interest groups as macro-social marketers</i>	Huff et. al	2017	Armas	Analisar como os grupos de prevenção de violência armada americanos (GVPGs) agem como profissionais de marketing macro-sociais ao abordarem o problema perverso da violência armada, que definidos como mortes e ferimentos com armas de fogo.
<i>Anticipated Consumer Guilt: an investigation into its antecedents and consequences for fair-trade consumption</i>	Lindenmeier et. al	2017	Fábricas de vestuário	Considera o comércio justo como uma estratégia colaborativa para lidar com o problema perverso das fábricas de vestuário. Pressupõem que a culpa do consumidor aumenta a participação de mercado de produtos de comércio justo, o que pode ser considerado como uma mudança favorável na produção do sistema de marketing. Desenvolve e valida um modelo de compra justa induzida pela culpa baseada nessa noção.
<i>Examining alcohol management practices in community sports clubs: a systems approach</i>	Thompson et. al	2017	Uso de álcool associado ao esporte	Explorar como administradores de clubes de base gerenciam a regulação do álcool através de uma lente de marketing social para identificar os níveis macro, meso e micro de influências no consumo de álcool nas OSCs.

<i>Macro-demarketing: the key to unlocking unsustainable production and consumption systems?</i>	Little, Lee, Nair	2019	Sacolas plásticas	Baseando-se na perspectiva multi-nível da mudança sociotécnica e teoria da prática social, este artigo argumenta que o marketing macrossocial deve atender ao desafio da redução da demanda agregada, a fim de apoiar a transição para sistemas de marketing mais sustentáveis. É um estudo de caso etnográfico.
--	-------------------	------	-------------------	--

Fonte: Elaboração própria (2020)

Após uma apresentação do que vem sendo pesquisado na literatura à luz do marketing macrossocial, podemos então prosseguir para as próximas subseções, que correspondem a origem e histórico, conceitos, foco da análise e vantagens e desvantagens dessa teoria emergente no marketing social.

2.2.2 Origem e histórico

A discussão sobre a ampliação da ação do marketing social não é recente. O campo constantemente sofreu críticas por não explorar outros níveis de análise além de somente o individual, visto que muitas vezes os problemas sociais são estruturais e enraizados na cultura da sociedade.

O pensamento sobre como o marketing social poderia abordar os problemas perversos e outras questões sistêmicas e macro, foi promovido pelo *Journal of Social Marketing (JSM)* em 2011. Desde então existe um crescimento da preocupação dos pesquisadores, tendo em vista que esses problemas estão presentes em diversos sistemas de marketing. Em contrapartida, também há um maior desenvolvimento de combinações entre teoria de sistemas e pensamento sistêmico para solucioná-los (DOMEGAN, 2008; KENNEDY; PARSONS, 2012; KENNEDY, 2016; KENNEDY, 2017).

Alguns autores influenciados pelo pensamento de Domegan (2008) passaram a discutir a ineficiência do marketing social em casos de problemas perversos. Esses problemas são considerados complexos, confusos, interligados e difíceis de definir, visto que possuem inúmeras razões e fatores interdependentes que os causam. As soluções para esse tipo de problema são difíceis de serem encontradas e quando aplicadas podem gerar resultados não previstos e até piores do que a situação anterior. Exemplos de *wicked problems* podem ser a degradação ambiental ou os direitos dos trabalhadores nas economias em desenvolvimento (más condições de trabalho na indústria de vestuário e têxteis), obesidade, tabaco, entre outros (KENNEDY; PARSONS, 2012; KENNEDY, 2016).

Tendo em vista situações como as citadas podemos perceber que apenas promover o bem-estar não significa eliminar o mal-estar, e sim analisar o sistema em que aquela questão que está afetando o bem-estar social está inserida (CARVALHO; MAZZON, 2015). Com isso, vemos também que para problemas sistêmicos se faz necessária a utilização de abordagens sistêmicas. Uma das intervenções que vem se mostrando eficiente na resolução ou diminuição de problemas perversos é a denominada marketing macrossocial (KENNEDY, 2016).

Essa abordagem vem cada vez mais se estabelecendo na academia e com isso traz alguns impasses como, por exemplo, divergências de autores quanto a sua definição. Alguns autores a definiam como o marketing social utilizado por aqueles que controlam o contexto social, tal como o governo e outros atores do *upstream*, e que conseqüentemente influenciam os outros níveis, visando mudanças sociais em vez de individuais (DOMEGAN, 2008; WYMER, 2011; TRUONG, 2017).

Outra visão, que utilizamos para a abordagem do fenômeno neste trabalho, é a do marketing macrossocial como a promoção de esforços de marketing para a criação de sistemas holísticos visando mudanças em normas já institucionalizadas, na qual é necessária uma combinação de táticas para os diversos agentes envolvidos naquele problema perverso que necessita de intervenção social (KENNEDY, 2016). Essas táticas devem ir desde o marketing social até a alteração de políticas públicas para que mudanças sociais em nível macroeconômico aconteçam, ou seja, a intervenção precisa ser conjuntamente nos três principais níveis sociais: *downstream*, *midstream* e *upstream*. (KENNEDY; PARSONS, 2012; NGUYEN *et. al*, 2014; HUFF *et. al*, 2017).

Até mesmo nas discussões sobre o marketing social já havia críticas a respeito do foco demasiado no individual. Andreasen (2002) aponta que existem três tipos de intervenções sociais, sendo elas mudança individual, na comunidade e na estrutura (legislação). Fala também das relações complementares que marketing social poderia formar com outras abordagens (comunitária e estrutural), a fim de promover mudanças nas quais o marketing social poderia servir de base e não mais competir com essas outras abordagens, apenas colocando campanhas no mercado ao invés de intervir de maneira mais focada nessas outras abordagens. Tais críticas evidenciam lacunas de cunho macro e antecedem reflexões à abordagem macrossocial.

Kennedy e Parsons (2012) afirmam que a alterações de políticas públicas dissociadas de mudanças individuais de comportamento não são capazes de gerar uma mudança social, são necessárias mudanças em todo o sistema. Essa transformação sistêmica é alcançada em longo prazo, por meio da institucionalização da mudança de comportamento da sociedade, ou seja,

quando ocorrem modificações normativas em vários níveis do sistema podemos afirmar que houve uma transformação sistêmica (KENNEDY, 2016).

A mudança individual continua sendo um resultado buscado pelos pesquisadores de macrossocial, porém não mais o único (KENNEDY, 2016). A principal diferença para o marketing social é a importância dada à análise do sistema social como um todo, considerando suas barreiras e facilitadores (NGUYEN *et. al*, 2014), como também identificando oportunidades de parcerias entre organizações e governo (KENNEDY; PARSONS, 2012), por exemplo, em prol do bem-estar social.

2.2.3 Conceitos base

Diferente do marketing social, que visa promover a mudança do comportamento individual em prol do bem-estar da sociedade em competição com a promoção do produto ofensivo, a abordagem macrossocial busca reduzir a eficácia dos sistemas de marketing desse produto ofensivo (KENNEDY; PARSONS, 2012). Ou seja, o marketing macrossocial age em todas as esferas daquele comportamento considerado crítico a fim de alcançar a mudança de comportamento tão almejada no marketing social. Ele se utiliza de estratégias, como legislação, mobilização comunitária e restrições no geral, em prol daquela mudança (KENNEDY; PARSONS, 2012; KOCH; ORAZI, 2017).

Para que as estratégias sejam efetivas é fundamental que haja envolvimento com a comunidade e outras partes interessadas, como também cocriação, ou seja, fazer com que esse envolvimento vá além de uma relação superficial pesquisador-pesquisado e se transforme em cooperação daqueles que são afetados pelo problema perverso em questão (KEMPER; BALLANTINE, 2017). Esse envolvimento se faz necessário para que possamos considerar todos os agentes e as formas como eles podem cooperar com as intervenções para o alcance do bem-estar social (HIDAKA; MIZUKOSHI, 2018).

Tendo isso, May e Previte (2016) colocam que as ações para o alcance de uma mudança social não devem ser lineares e sim se mover pelos diferentes níveis do sistema que são o *up*, *mid* e *downstream*. Esses níveis serão explanados no decorrer da seção, mas de modo a facilitar o entendimento resumiremos aqui que o *upstream* é caracterizado pelo governos e agentes políticos, enquanto o *midstream* se representa pela comunidade e seus líderes, escolas, empresas, entre outros atores que lidam diretamente com o indivíduo. Já o *downstream* corresponde ao indivíduo em si. Os níveis e as respectivas mudanças almeçadas são vistos na Figura 2.

Figura 2: Níveis e mudanças a serem alcançadas

Nível	Público	Mudança
Upstream	Governo Agentes públicos	Leis Regulações
Midstream	Líderes comunitários Empresas ONGs	Comportamentos preventivos
Downstream	Indivíduos	Comportamento individual

Fonte: Elaboração própria (2020)

Com uma compreensão de que os níveis podem ser considerados um *continuum*, as intervenções devem acontecer de forma integrada em todos eles, em especial no *upstream* e *midstream* visando dar suporte às mudanças em *downstream* (MAY; PREVITE, 2016). Como estamos falando de mudanças holísticas é necessária uma avaliação profunda dos níveis micro, meso e macro para que haja propostas de mudanças focadas em cada uma, que juntas promovam uma mudança sistêmica, por isso as intervenções se iniciam no nível macro passando pelo meso e depois pelo micro (KENNEDY, 2016; KEMPER; BALLANTINE, 2017).

Quando tratando do nível *upstream* falamos de governo, já que interfere no contexto societal do uso de determinado produto ou serviço, limitando as técnicas de marketing para o benefício da sociedade (DOMEGAN, 2008; KENNEDY; PARSONS, 2012). Estas normas afetadas pelas intervenções em nível *upstream* são as normas formais que regulam determinada comunidade, como também visam alterar o comportamento de grupos de interesse (HUFF *et. al.*, 2017).

Essas normas buscam alterar o ambiente de modo que incentive a mudança de comportamento individual, e para tanto se faz necessária a parceria com diversos atores como a mídia e os tomadores de decisão política, ou seja, aqueles que têm o poder de afetar o comportamento do público-alvo (ANDREASEN, 2006; DOMEGAN, 2008; WYMER, 2011; KENNEDY; PARSONS, 2012). Com efeito, é necessário que as ações de marketing social *upstream* influenciem esses grupos de interesse de modo que eles sejam desencorajados a adotarem atitudes negativas que comprometem o bem-estar da sociedade (KENNEDY, 2016).

Com relação às ferramentas utilizadas pelo marketing macrossocial no nível *upstream* podemos citar: mudanças no sistema tributário, legislação, regulamentação, financiamento, pesquisas, mobilização comunitária, marketing social e educação, entre outras que sejam capazes de induzir mudanças e atingir os objetivos delineados inicialmente (KENNEDY; PARSONS, 2012; CARVALHO; MAZZON, 2015).

De forma geral, as intervenções buscam influenciar em todos os níveis do sistema o mix de marketing tradicional do produto ou serviço ofensivo (TRUONG, 2017), a fim de desestruturá-lo de tal forma que a sociedade não o enxergue mais como uma possibilidade de decisão. No entanto, a compreensão a respeito das intervenções macrossociais ainda é limitada, tendo em vista que alguns autores como Domegan (2008), Wymer (2011) e Truong (2017) as consideravam atuantes apenas na esfera *upstream*, como sugere Kennedy (2016).

Tendo em vista que o marketing macrossocial proporciona uma mudança integral, alterando conjuntamente comportamento e pensamentos, fica evidente a sua diferenciação do marketing social *upstream*. Este passa a fazer parte dessa abordagem holística de forma estratégica, principalmente na utilização de atores governamentais para a alteração de leis e outras intervenções políticas. Em conjunto com ações no *mid* e *downstream* é possível alcançar a complementaridade das intervenções defendida pela abordagem macrossocial (DOMEGAN, 2008; KENNEDY; PARSONS, 2012).

Ao tratar do nível *midstream* falamos de agentes que sejam próximos dos indivíduos cujo comportamento é considerado ruim para o bem-estar social. Estes agentes podem motivar e incentivar a mudança desejada, podendo ser familiares, colegas e vizinhos (HUFF *et. al*, 2017). Outro exemplo de agentes do *midstream* são as ONGs, entidades, escolas, empresas privadas e grupos que de alguma forma impactam ou buscam impactar a sociedade em prol de determinado assunto.

Huff *et. al* (2017) utilizaram em seu artigo os Grupos de Prevenção à Violência Armada nos Estados Unidos como objeto de estudo na implementação de estratégias de intervenção em nível *midstream* no marketing macrossocial. Eles descreveram esses grupos como provedores de educação a respeito dos riscos de se ter armas de fogo em casa, como suicídio, e também sobre a necessidade de mantê-las longe das crianças, em suas casas e nas casas que visitam. Para que essas informações cheguem aos indivíduos eles se utilizam do apoio de pessoas influentes como médicos e líderes comunitários.

Já no caso do estudo de May e Previte (2016), os agentes *midstream* utilizados como foco da análise foram os veterinários, tendo em vista a influência de seus papéis com relação à causa animal, que são detentores de conhecimento e habilidades e com isso poderiam repassar

informações importantes para o processo de intervenções bem como, dada a sua vasta rede relacionamentos, poderiam incorporar outros atores à causa. Por estarem localizados no meio do sistema, esses agentes *midstream* podem influenciar e apoiar mudanças individuais de comportamento (MAY; PREVITE, 2016)

Huff *et. al* (2017) citam ainda alguns exemplos de esforços *midstream* que incluem: campanhas para promover a denúncia de atividades suspeitas ou discutir o acesso a armas de fogo com pais de crianças; programas para reduzir o *bullying* entre as crianças nas escolas, fornecer intervenções na violência de gangues ou que ajudem os indivíduos a identificar indicadores de doença mental e risco de suicídio, entre outros.

Por fim, as intervenções em nível *downstream* são aquelas que visam atingir são os indivíduos que estão realizando determinado comportamento a fim de modifica-lo (HUFF, *et. al*, 2017). Na seção anterior, na qual falamos sobre marketing social, pudemos visualizar o passo a passo de como implementá-las. Essa esfera vem sendo historicamente privilegiada em nível de estudos e intervenções, tendo em vista que como falado na seção anterior sobre marketing social, o foco da influência por muito tempo foi somente no indivíduo (DOMEGAN, 2008; WYMER, 2011). Aqui podemos perceber o foco que o marketing macrossocial utiliza para a resolução de problemas é a integração de intervenções em todos os níveis, tendo em vista que as pesquisas trazem que o comportamento individual é influenciado por diversos fatores e não só por decisões pessoais. Esse foco será melhor explicitado na seção a seguir.

2.2.4 Foco da análise

A mudança social positiva é o principal foco dos estudos em marketing macrossocial, para tanto se faz necessário alinhar a educação, os profissionais da área e criadores de políticas públicas (WOOD, 2016) em cada nível do sistema. A abordagem defende que a melhor forma de se alcançar uma mudança social é apoiar ou impedir um sistema de marketing já existente por meio de mudanças regulamentadas nas leis, sociedade e ideologia (KENNEDY, 2016). Apesar da denominação “macro”, a abordagem não utiliza apenas agentes governamentais, esse vêm sendo um dos debates promovidos por Ann-Marie Kennedy, que é hoje a autora mais atuante neste tema.

O marketing macrossocial vem utilizando um viés político, porém este não é seu foco principal tendo em vista que os esforços devem se direcionar a programas de educação, tributação, estatutos, entre outros que compõem as partes de uma estratégia macro, ou seja, a política é apenas um dos alvos das intervenções do macrossocial (KENNEDY; PARSONS,

2012). Faz-se necessária então a abrangência de outros atores do sistema como os programas de educação e empresas privadas interessados na causa.

Podemos concordar que determinados problemas sociais são tão enraizados que provavelmente só poderiam ser melhorados efetivamente por intervenções do governo, tendo em vista que é um dos poucos atores, se não o único, que possui recursos (por exemplo, capital financeiro e humano) e ferramentas necessárias (por exemplo, redes extensivas de comunicação e educação) atuando isoladamente ou em conjunto (TRUONG, 2017). Por esse motivo as aplicações de marketing macrossocial geralmente são lideradas por atores governamentais.

2.2.5 Vantagens e desvantagens

O alcance da mudança social acaba esbarrando em alguns aspectos como na livre escolha, apatia, interesses pessoais, comportamento alternativos atrativos, entre outros (ANDREASEN, 1995). Entretanto os profissionais de marketing social podem ser atores de fundamental importância para que essas mudanças ocorram em prol do bem-estar social (CARVALHO; MAZZON, 2015; KENNEDY, 2016).

Autores como Hidaka e Mizukoshi (2018) defendem que o marketing social quando realizado pelo governo para a promoção do bem social pode repercutir de forma negativa, de modo a produzir ações que afastem a realização desse bem social. No caso desse estudo, o governo japonês iniciou uma campanha na qual pessoas poderiam realizar doações para municípios e cidades rurais que sofriam com problemas financeiros a fim de revitalizá-los e assim diminuir a desigualdade. Em troca os doadores recebiam benefícios fiscais. O que os autores apontam é a divergência entre intenções do marketing social e seus efeitos reais, visto que a sociedade pode corromper a finalidade das campanhas. Nesse caso, alguns doadores se utilizavam de estratégias inteligentes para evitar o pagamento de impostos, tornando a prática um pacto entre os ricos doadores e fortes interesses econômicos locais, o que não favoreceu a resolução dos problemas sociais (HIDAKA; MIZUKOSHI, 2018).

Devido a recenticidade do tema, não existem muitos estudos na área e não localizamos nenhum realizado no Brasil, o que acaba sendo uma desvantagem por sermos pioneiros nessa caminhada. Outra questão é que devido aos problemas serem sistêmicos e complexos, decisões erradas podem acarretar em problemas ainda maiores, o que traz grande responsabilidade ao pesquisador. Entretanto é um campo emergente que vem se estabelecendo e ganhando adeptos por todo o mundo, principalmente por estimular a ação na pesquisa acadêmica e propor mudanças transformadoras e um marketing social estratégico como discute Lefebvre (2013).

2.3 Adoção e família

A adoção é uma prática secular, que esteve presente em muitos momentos históricos da humanidade. Conhecida por muitos, a passagem bíblica sobre a adoção de Moisés bem como a descrição minuciosa das regras no Código de Hamurabi, nos mostra o quanto essa prática foi e continua sendo presente em sociedade (SENADO FEDERAL, 2013b).

Ao realizar um resgate histórico da configuração da adoção no Brasil podemos ver que ainda na colonização a Igreja Católica estimulava a adoção dos até então chamados “filhos de criação”. Com uma roupagem de ato de caridade muitas vezes essa prática era vista como uma possibilidade de mão de obra barata, principalmente por aqueles que não possuíam recursos para adquirir escravos (SENADO FEDERAL, 2013b). Apesar de hoje qualificarmos esse tipo de prática como exploração infantil, nessa época era vista como um ato altruísta (FERREIRA, 2014).

No Brasil, essas crianças rejeitadas por suas famílias geralmente eram entregues nas conhecidas “rodas dos expostos”, que ficavam nas Santas Casas de Misericórdia, instituições incumbidas de acolher, criar e educar as crianças e que eram apoiadas financeiramente pelo Estado, que considerava suas vidas nas ruas um perigo à ordem social (FERREIRA, 2014). Outra prática comum, que perdura até os dias de hoje, eram as adoções “à brasileira”, nas quais muitas mães de baixa renda entregavam seus recém-nascidos a pessoas de maior poder aquisitivo para criação (MAUX; DUTRA, 2010; FERREIRA, 2014).

Em 1916 foi criada a primeira lei (nº 3071) que permitia que apenas os casais que não conseguiam gerar filhos pudessem realizar o processo de adoção, visando solucionar o problema de sucessão dessas famílias (BRASIL, 1916). Só depois de mais de quarenta anos, em 1957 com a Lei nº 3133, os casais que possuíam filhos biológicos puderam realizar adoções legais, porém os filhos adotivos ainda não teriam os mesmos direitos que os filhos biológicos (BRASIL, 1957). Com a Lei nº 4655, em 1965, não só casais poderiam realizar o processo, como também pessoas viúvas e divorciadas (BRASIL, 1965). Só em 1988 é que os filhos adotivos passaram a possuir os direitos iguais aos dos filhos biológicos (COSTA; ROSSETTI-FERREIRA, 2007; MAUX; DUTRA, 2010; SENADO FEDERAL, 2013b).

Segundo Ferreira (2014) é possível observar uma mudança relevante no processo histórico da adoção que é a mudança de nomenclatura de filho de criação para filho adotivo. É notável a evolução dos pensamentos ao longo do tempo com relação à criança e como ela se constitui perante a família, como também perante a sociedade. Em 1990 é criado o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) para garantir os direitos dos mesmos, sendo importante

salientar que o Brasil foi um dos pioneiros no mundo a criar leis que fossem direcionadas às crianças e adolescentes (WEBER, 2000). Esse passo na legislação mostra que a criança, antes considerada uma propriedade dos pais adotivos ou não, passa a ser um sujeito de direitos.

Esse estatuto estabeleceu que cada comarca deveria possuir um cadastro de pessoas habilitadas e de crianças aptas à adoção. Isso se apresentou como uma limitação, tendo em vista que as informações ficariam regionalizadas impedindo que chegassem a outras comarcas (AMIDEN *et. al*, 2013). Em 2007 foi criado o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) que possui em suas prioridades a criação de políticas de apoio a jovens e adolescentes, com isso foi realizado um encontro com os tribunais de justiça de todos os estados e então foi pensado um cadastro que abrangesse todo o país (AMIDEN *et. al*, 2013).

Com essa nova percepção o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) lançou o Cadastro Nacional de Adoção (CNA), que teve como objetivo tornar mais fácil e ágil os processos de adoção já que a partir de informações unificadas é capaz de uniformizar todos os bancos de dados existentes, racionalizar os procedimentos de habilitação, ampliar as possibilidades de consulta aos pretendentes brasileiros cadastrados, possibilitar o controle adequado pelas respectivas corregedorias-gerais de Justiça e orientar o planejamento e a formulação de políticas públicas voltadas para a população de crianças e adolescentes que aguardam pela possibilidade de convivência familiar (AMIDEN *et. al*, 2013).

Tendo isso, em 2009, com a Lei nº 12.010, passou a vigorar o momento de uma nova cultura de adoção que estamos vivenciando, na qual a criança é considerada o foco central e sujeito de direitos (BRASIL, 2009). Nesse mesmo ano o CNJ alterou o padrão da certidão de nascimento do tradicional “pai e mãe” para o termo “filiação”, avançando na questão da adoção por casais homo afetivos. Apesar de não existir uma lei que especifique a legalidade da adoção por casais homossexuais, a partir de 2011 quando o Supremo Tribunal Federal (STF) reconheceu juridicamente a união estável entre pessoas do mesmo sexo, esta modalidade de adoção foi autorizada (SENADO FEDERAL, 2013a).

A lei de adoção nº 12.010 entrou em vigor para regular com base em uma relação de filiação fundamentada no cuidado e no afeto, aqui chamada, filiação socioafetiva (BRASIL, 2009; FERREIRA, 2014). Todas essas evoluções contribuíram para a constituição da chamada nova cultura da adoção que colocou os laços afetivos como fator principal para a realização de uma adoção (FERREIRA, 2014). Em 2018, menos de 10 anos depois, foi implementado o novo CNA, que visa agilizar os processos de adoção no Brasil. Em 2019 foi lançado um novo sistema, denominado Sistema Nacional de Adoção e Acolhimento (SNA), que advém da união do Cadastro Nacional de Adoção (CNA) e do Cadastro Nacional de Crianças Acolhidas (CNCA).

Esse novo sistema promete dar celeridade aos processos, tendo em vista que possui alertas de prazos com relação aos processos referentes as crianças e adolescente, como também aos pretendentes (CNJ, [s.d.]).

Apesar dos variados esforços dos órgãos relacionados ao processo de adoção, a narrativa dominante de que a natureza é mais forte que a criação ainda tem muita força sobre o pensamento social (COSTA; ROSSETTI-FERREIRA, 2007). Este argumento fortalece uma atitude social negativa relacionada à adoção, reverberada em discursos como as crianças podem “ter sangue ruim” e por isso não devem ser adotadas. Isso faz com que as pessoas que possuem esse tipo de pensamento sequer conheçam a realidade da adoção.

Aos que se mostram interessados no Brasil, podemos perceber que a procura é geralmente por bebês de mesma cor dos pretendentes, saudáveis, e que sejam do sexo feminino, tendo em vista um pensamento enraizado de que as meninas são mais dóceis e por isso se adaptam mais tranquilamente a novas realidades (COSTA; ROSSETTI-FERREIRA, 2007; FERREIRA, 2014).

O processo de adoção também é marcado pelo estigma da famosa “fila”, que o senso comum coloca como muito morosa, fazendo com que muitas pessoas ainda recorram às chamadas adoção à brasileira. A falta de conhecimento também se mostra um dos fatores contribuintes para essa prática. Maux e Dutra (2010) colocam que a sociedade não sabe por onde se inicia uma adoção legal, o que pode justificar o grande número de adoções diretas realizadas ainda hoje.

Esses fatos constituem a realidade desequilibrada da adoção no Brasil, na qual atualmente existem 47.484 crianças institucionalizadas (CNJ, 2019), das quais aproximadamente 9.640 estão cadastradas no CNA, número este que vem crescendo ao longo do tempo (CNA, 2019a). Em contrapartida, 46.186 famílias pretendentes também estão cadastradas nesse sistema, que é gerenciado pela Corregedoria do Conselho Nacional de Justiça (CNA, 2019b). Ao olhar apenas para esses números, esse descompasso não parece fazer sentido, porém ao analisar melhor a situação dessas crianças cadastradas é possível identificar que aproximadamente 70% das crianças aptas no CNA são maiores de sete anos, 55,23% são grupos de irmãos e 25,47% possuem doenças tratáveis/não tratáveis (CNJ, 2019; CNA, 2019a).

Com base nisso, podemos perceber a criação do estereótipo padrão de preferência dessas famílias pretendentes, que não condiz com a realidade das crianças institucionalizadas no Brasil. Segundo dados do Levantamento Nacional De Crianças e Adolescentes em Serviços De Acolhimento no Brasil, realizado pelo Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) junto à Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) que foi finalizado no ano de 2011,

temos que os três principais motivos para o ingresso das crianças em instituição de acolhimento são a negligência, o abandono e a dependência química dos pais (ASSIS; FARIAS, 2013).

Normalmente o processo de destituição familiar é o que mais ocorre, o que também contribui para outro fator negativo do processo de adoção que é a burocracia e a morosidade da justiça, que envolve todo processo relativo às crianças. Com as mudanças na percepção dos direitos das crianças também vieram questões que, olhando superficialmente, não aparentam ser positivas. Como por exemplo, a justiça faz o possível para que haja uma estruturação familiar daquela família biológica em questão, o que envolve diversas idas e vindas da criança para o abrigo. Isso não acontece de forma rápida, como todo processo burocrático, o que acaba contribuindo para que a criança “passe da idade” desejada pelo perfil dos pretendentes.

Podemos dizer que quanto mais tempo a criança passa nesse processo de destituição familiar, menos chance ela tem de possuir uma família adotiva. Algumas definições para o que seria uma adoção tardia seriam adoções de crianças: acima de dois anos de idade, a partir dos três ou que não existe uma idade mínima e sim quando a criança já possui certa autonomia, como andar, falar, etc. (WEBER, 2000). Isso mostra que existe uma espécie de relógio que gira negativamente para essas crianças, quando se trata da possibilidade de inserção em uma família.

2.3.1 Perfil dos acolhidos no Brasil

O levantamento nacional realizado pelo Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) junto à Fiocruz buscou analisar a situação das crianças em situação de acolhimento no Brasil. Essa pesquisa teve como base os dados das instituições de acolhimento de todas as regiões do país e foi finalizada em 2011. É necessário salientar que não foram encontradas pesquisas de proporção nacional posteriores a essa, por esse motivo a utilizaremos como referência para a compreensão do perfil das crianças e adolescentes acolhidas no Brasil.

Na pesquisa vemos que as regiões Sudeste com 58,8% e Sul com 22,5%, são responsáveis pela maioria das crianças e adolescentes em abrigos, correspondendo a 81,3%. Falando do perfil das crianças e adolescentes que se encontram nos abrigos, são em sua maioria meninos (52,3%) com idade média de 9,3 anos. Majoritariamente brancos (41,1%) ou pardos (38,7%), possuem irmãos (85,9%) e apresentam algum tipo de problema de saúde (25,9%). (ASSIS; FARIAS, 2013; CNA, 2019a).

A maior parte das crianças e adolescentes acolhidos (75,5%) estavam frequentando a escola no momento da pesquisa, mesmo a maioria estando em defasagem escolar (83%) com atrasos de até dois anos das séries que deveriam estar. Grande parte das crianças e adolescentes possuíam um contato com os familiares (61%) enquanto poucas estavam com o processo de

destituição familiar finalizado (8,6%). Não são frequentes casos de não localização da família (2,4%) ou orfandade (1,1%) (ASSIS; FARIAS, 2013). Nem todas as crianças que estão nos serviços de acolhimento estão para adoção e por isso não constam no CNA, por isso podem haver diferenças entre o perfil das crianças cadastradas e as acolhidas.

Com relação à demora na definição da situação da criança ou adolescente, o levantamento nacional constatou que “mais da metade das crianças e dos adolescentes abrigados vivia nas instituições há mais de dois anos, ao passo que 32,9% estavam nos abrigos por um período entre dois e cinco anos, 13,3% entre seis e dez anos, e 6,4% por mais de dez anos” (ASSIS; FARIAS, 2013, p. 35).

2.3.2 Tipos de serviço de acolhimento

Falando sobre os tipos de serviços de acolhimento institucional que são ofertados no Brasil, eles podem ser abrigos institucionais (serviços que acolhem até 20 crianças e adolescentes de 0 a 18 anos e apresenta cuidadores/educadores trabalhando em turnos fixos diários), casas-lares (acolhem no máximo 10 crianças e adolescentes e apresentam cuidadores/educadores que moram na casa) e serviços de acolhimento familiar que são aqueles ofertados em residências de famílias acolhedoras, menos difundidos no Brasil (ACIOLI *et. al*, 2018). A pesquisa desenvolvida pelo Ipea (2003) aponta que os abrigos conveniados à Rede SAC são majoritariamente não governamentais e religiosos, dirigidos por voluntários e dependentes de recursos próprios e privados.

Apesar de não serem muito implementados, as entidades que venham a desenvolver programas de acolhimento familiar ou institucional devem adotar os seguintes princípios de acordo com o artigo 92 do ECA: (I) preservação dos vínculos familiares e promoção da reintegração familiar; (II) integração em família substituta, quando esgotados os recursos de manutenção na família natural ou extensa; (III) atendimento personalizado e em pequenos grupos; (IV) desenvolvimento de atividades em regime de co-educação; (V) não desmembramento de grupos de irmãos; (VI) evitar, sempre que possível, a transferência para outras entidades de crianças e adolescentes abrigados; (VII) participação na vida da comunidade local; (VIII) preparação gradativa para o desligamento; (IX) participação de pessoas da comunidade no processo educativo (BRASIL, 1990).

Ainda assim as instituições não se apresentam como o melhor ambiente para o desenvolvimento das crianças e adolescentes, visto que em geral abrigam muitas crianças e não possuem cuidadores suficientes para atendê-las, como também têm dificuldade no planejamento de atividades educativas, muitas vezes devido à falta de apoio (ACIOLI *et. al*,

2018). Tendo isso, dentre os tipos de serviço de acolhimento no Brasil as casas-lares se apresentam como as mais adequadas, posto que propicia a construção de um maior vínculo entre o cuidador e as crianças/adolescentes (ACIOLI *et. al*, 2018).

Outros fatores que são impeditivos do caráter provisório dos abrigos são a falta de integração entre as políticas sociais já existentes e problemas funcionais, geralmente associados à falta de funcionários (SIQUEIRA; DELL'AGLIO, 2006), como também os profissionais da área que se desmotivam pelo fato de não existirem políticas de apoio ao seu trabalho, os impedindo de enxergar mudanças no cenário (ACIOLI *et. al*, 2018).

2.3.3 Passo a passo atual da adoção no Brasil

Apesar de grande parte dos brasileiros não saber por onde se começa um processo de adoção, os passos a serem seguidos são divulgados pelo Tribunal de Justiça em seu site e outras mídias sociais dos agentes relacionados à causa. Utilizando como base o material de divulgação do CNJ (2019b) e o site da Associação Nacional de Grupos de Apoio à Adoção (ANGAAD) vamos descrever o atual processo de adoção no Brasil (ANGAAD, 2018). Primeiramente o pretendente individual ou a família pretendente precisa tomar a decisão e preferencialmente procurar um Grupo de Apoio à Adoção (GAA) para obtenção das informações sobre o processo. Se o pretendente não tiver conhecimento ou acesso a um GAA, deve se direcionar à Vara da Infância e Juventude da cidade ou comarca², caso não exista essa Vara especializada deve recorrer ao Fórum, onde será orientado a respeito dos documentos que devem ser apresentados.

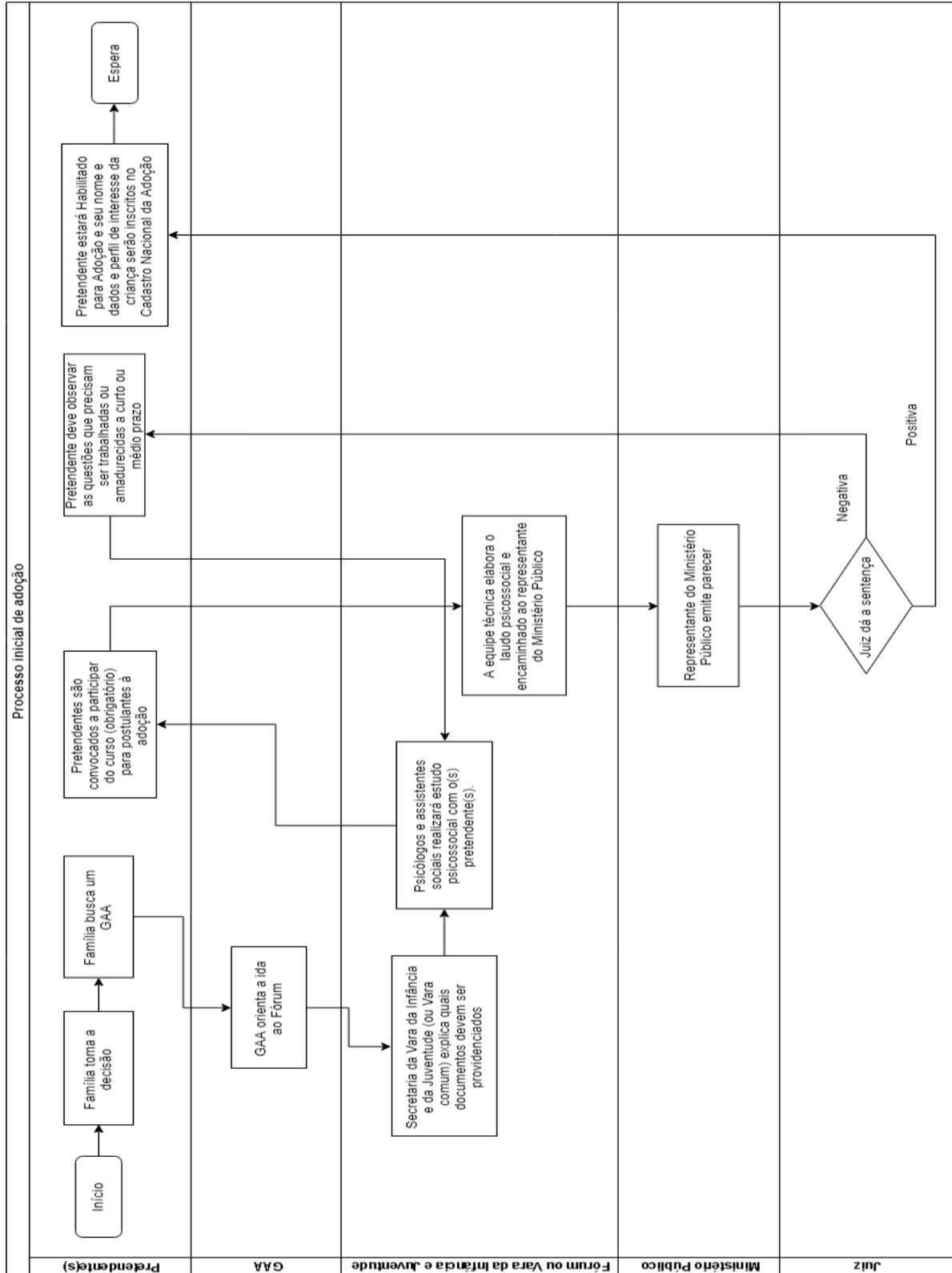
É necessário apresentar uma petição por defensor público ou advogado particular e os documentos exigidos são: identidade; CPF.; requerimento conforme modelo oferecido pela Vara da Infância e da Juventude; certidão de antecedentes criminais; certidão negativa de distribuição cível; atestado de saúde física e mental; comprovante de residência; comprovante de rendimentos; certidão de casamento (ou declaração relativo ao período de união estável) ou nascimento (se solteiros); fotos dos requerentes (opcional), demais documentos que a autoridade judiciária julgar pertinentes.

Em seguida a equipe técnica de psicólogos e assistentes sociais da Vara da Infância e da Juventude realizará um estudo psicossocial com o(s) pretendente(s), que serão convocados e devem comparecer ao curso de preparação, dado que é requisito necessário para a habilitação. O laudo do estudo psicossocial é encaminhado pela equipe técnica a um representante do Ministério Público que emitirá um parecer que será sentenciado pelo juiz. Caso a petição seja

² Termo jurídico para uma região

aprovada o(s) pretendente(s) pode(m) ser inserido(s) no CNA, para isso precisarão especificar o perfil da criança que deseja(m) adotar. A partir desta etapa se inicia o tempo de espera. Essas etapas podem ser vistas na Figura 3.

Figura 3: Etapas para habilitação dos pretendentes

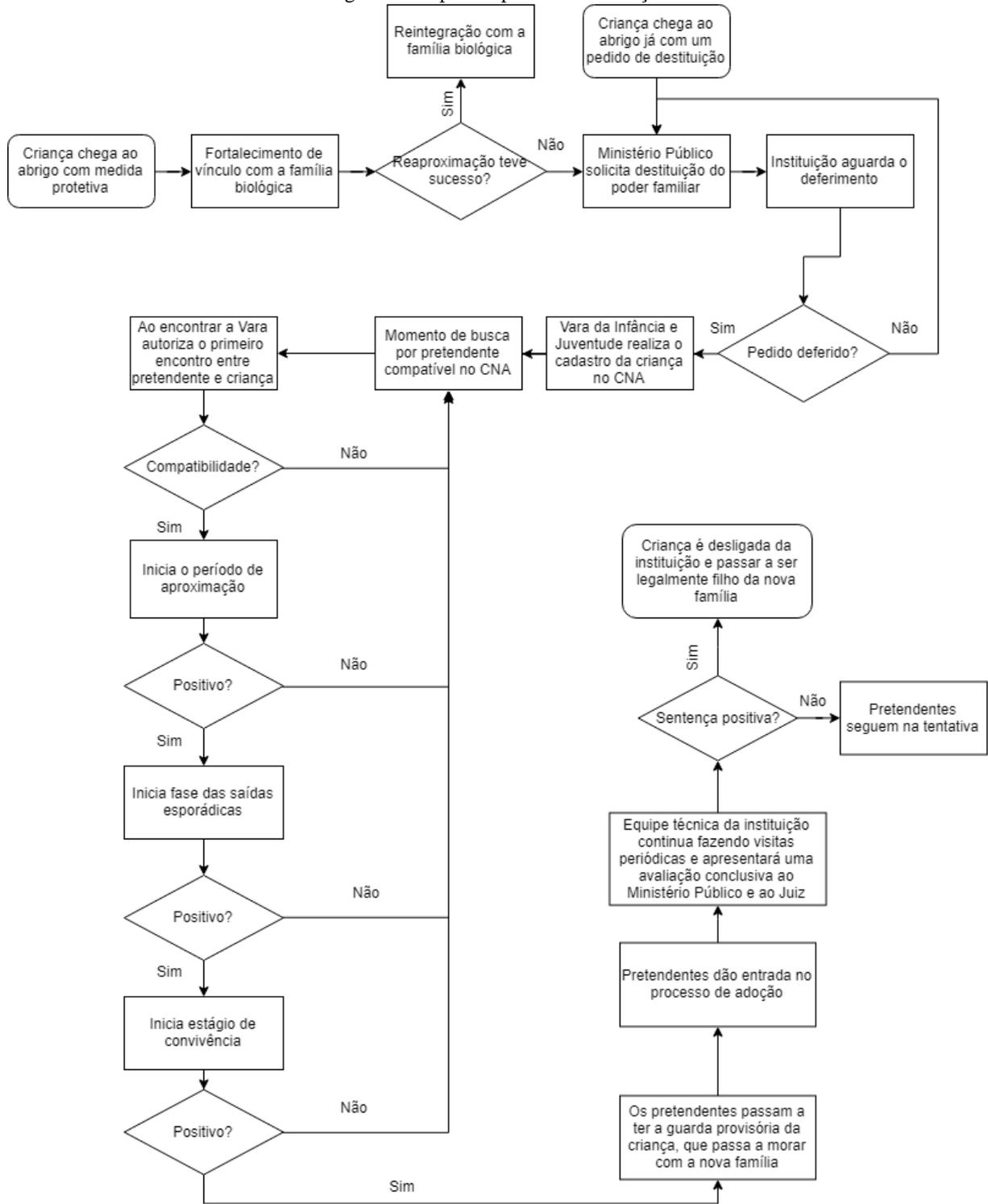


Fonte: Elaboração própria (2020)

Ao serem cruzados perfis compatíveis o pretendente receberá uma ligação da Vara da Infância e Juventude com algumas informações sobre o histórico da criança, então será chamado a conhecê-la. Após o primeiro encontro a criança e o pretendente serão entrevistados e havendo compatibilidade inicia-se o processo de aproximação, que consiste em encontros na instituição supervisionados pela equipe técnica. Caso a aproximação esteja sendo positiva, são liberadas saídas da instituição para passeios rápidos.

Se tudo estiver correndo bem, é dado início ao estágio de convivência nos finais de semana, no qual a criança passa a frequentar a casa dos pretendentes. Tendo passado por esses estágios positivamente, os pretendentes podem entrar com o processo, recebendo assim a guarda provisória, que terá validade até a conclusão do processo. Com o deferimento do juiz a criança passa a morar com a nova família. A equipe técnica continua fazendo visitas periódicas e apresentará uma avaliação conclusiva ao Ministério Público e ao Juiz. Após a análise do Ministério Público e do Juiz é dada a sentença de adoção, que sendo positiva possibilita o desligamento da criança na instituição. Esses passos estão descritos na Figura 4.

Figura 4: Etapas do processo de adoção



Fonte: Elaboração própria (2020)

2.4 Modelo conceitual da pesquisa

De modo a sintetizar o que foi exposto, essa fundamentação teórica teve como objetivo apresentar as principais questões envolvendo a teoria de marketing macrossocial, como também do fenômeno a ser estudado, que é o processo de adoção brasileiro.

Foram apresentadas as evoluções do marketing social até a chegada em uma perspectiva macro, na qual é possível analisar e propor intervenções para os *wicked problems* em três níveis que são o *up*, *mid* e *downstream*. Sendo exemplos do *upstream*: os agentes políticos, legislação e governo; do *midstream*: as ONGs, líderes informais da comunidade e médicos; e do *downstream*: os próprios indivíduos que devem adotar ou encerrar certos comportamentos. Também foi explicitada a necessidade de uma intervenção baseada em abordagens sistêmicas, que serão melhor discutidas na metodologia da presente pesquisa, para que mudanças holísticas possam ocorrer.

Passamos pelo fenômeno da adoção no Brasil que se constitui como uma situação problemática em diversas esferas, desde os abrigos até o processo de adoção de fato. O número de crianças e adolescentes em abrigos cresce de forma expressiva, enquanto esses abrigos não conseguem se preparar para tal demanda. Os abrigos deveriam ser um momento de passagem na vida dessas crianças e adolescentes e não um local de permanência, que é a realidade que encontramos atualmente. É uma situação que cresce a cada dia, porém a sociedade não enxerga essa realidade dos abrigos e de crianças institucionalizadas, principalmente pela falta de acesso proporcionada pelos próprios abrigos e pelo processo atual de adoção. O segredo de justiça que envolve as crianças a fim de protegê-las, as coloca em uma espécie de “bolha” e muitas vezes determina seu destino de permanecer nas instituições de acolhimento por um período bem superior ao necessário ou ideal.

De modo a corroborar com esses pensamentos, temos que a “fila” de pretendentes no CNA é aproximadamente quatro vezes maior que o número de crianças lá cadastradas (CNA, 2019a; CNA, 2019b) e o presente estudo propõe justamente a compreender o que acontece para que ocorra esse desequilíbrio no sistema. Além dessa compreensão, buscar soluções por meio das estratégias de marketing social a fim de ajudar a esses pretendentes e crianças a se tornarem uma família, conforme a Figura 5 a seguir.

Figura 5: Modelo de pesquisa



Fonte: Elaboração própria (2020)

No presente estudo temos que o público das intervenções *downstream* são os pretendentes ou pessoas que se sensibilizam com a causa da adoção. As intervenções *midstream* devem atingir as ONGs que trabalham a favor da causa, as instituições de acolhimento, pessoas da área de saúde, que de alguma forma sejam capazes de orientar as famílias que querem doar seus filhos. E por fim, as intervenções *upstream* que devem atingir principalmente as pessoas do judiciário como os juízes e equipe multiprofissionais, de modo a auxiliar na celeridade e assertividade dos processos de adoção.

A apresentação da literatura tanto do marketing macrossocial, quanto a contextualização do fenômeno servem de base para a construção da pesquisa, porém deixando em aberto a possibilidade de emergência de informações, que serão cruciais para o mapeamento e análise da situação. A metodologia será descrita na seção a seguir.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo vamos apresentar os procedimentos metodológicos que serão utilizados nesta pesquisa. Serão apresentadas as estratégias de coleta de dados teóricos, que foram essenciais para a composição do referencial teórico, como também as estratégias que foram utilizadas para a coleta dos dados empíricos.

3.1 Revisão integrativa de literatura

Para a construção do referencial teórico da pesquisa utilizamos a revisão integrativa de literatura, que tem como objetivo analisar o conhecimento anteriormente construído acerca de determinado tema (MENDES; SILVEIRA; GALVÃO, 2008). Esse método visa gerar conhecimento a partir da síntese e análise do conhecimento científico previamente publicado, para tanto permite que sejam incluídas pesquisas de metodologias experimentais com também não experimentais (BOTELHO; CUNHA; MACEDO, 2011).

De acordo com Botelho, Cunha e Macedo (2011) a revisão integrativa deve seguir seis etapas que são: (1) identificação do tema e seleção da questão de pesquisa; (2) estabelecimento de critérios de inclusão e exclusão; (3) identificação dos estudos pré-selecionados e selecionados; (4) categorização dos estudos selecionados; (5) análise e interpretação dos resultados; e (6) apresentação da revisão/ síntese do conhecimento. Discorreremos a seguir sobre a execução dessas etapas no presente estudo.

Iniciamos com a construção da pergunta de pesquisa que foi definida “Como está ocorrendo o desenvolvimento de pesquisas acerca do marketing macrossocial? ”. Para tanto definimos também o termo de busca “macro social marketing”, outras duas variações do termo macro social (macro-social e macrossocial) foram testados como exemplo, sendo o que foi definido o que teve a maior quantidade de resultados e por isso foi escolhido. O período da busca foi delimitado em 20 anos (de 1989-2019), de modo a filtrar discussões anteriores a denominação “macrossocial”. Como resultados dessa fase exploratória obtivemos nas bases previamente definidas: 124 resultados no Google Acadêmico, 16 resultados na SAGE, 5 resultados no Periódicos CAPES, 12 resultados na SciELO e nenhum resultado na AMA e na SPELL, totalizando 157 documentos.

Em seguida criamos uma planilha no Excel com os tópicos: título, ano de publicação, tipo de documento, autoria, periódico de publicação e critério de inclusão. Depois criamos os critérios de inclusão e exclusão para a realização dos downloads. Como critérios de inclusão: possuir os termos “macro social marketing/ macro-social marketing/ macrossocial marketing”,

“upstream marketing” e/ou “wicked problems” no título, resumo e/ou corpo do texto; ter aderência ao tema e também o idioma ser inglês ou português. Como critérios de exclusão, decidimos descartar documentos que não eram artigos ou que estavam duplicados.

A aplicação dos critérios resultou em 41 *downloads*, depois de uma nova triagem foram excluídos mais 13 artigos que não estavam condizentes com o tema aqui colocado e mais 1 que estava duplicado. Após todos esses filtros restaram 27 artigos que foram utilizados na construção do referencial da pesquisa.

3.2 Pesquisa empírica

Para a realização da pesquisa empírica nos baseamos na metodologia proposta por Kennedy (2017) que sugere quatro passos, sendo o primeiro deles o desenvolvimento de uma compreensão da situação que consiste em caracterizar a situação problemática e realizar um mapeamento do sistema e de suas características por meio de entrevistas, grupos focais, observação, análise documental, revisões de literatura, análises históricas e/ou pesquisas. Após essa aproximação inicial é possível começar o segundo passo que consiste criar modelos conceituais do sistema, ou seja, modelos ideais nos quais seja possível identificar todos os seus componentes, as estruturas formais e informais e também sua influência com relação ao sistema. Aqui ela sugere a utilização do modelo socioecológico ou a teoria de MAS (Mecanismos, Ações e Estruturas) de Layton (2015) para a identificação dos atores e seu poder no sistema.

O terceiro passo se refere ao debate do mapa e modelos conceituais do sistema junto às partes interessadas, possibilitando a identificação de variadas áreas para intervenções. Na análise dos dados verificamos que a estrutura do sistema não se apresentava como um problema, mas sim suas disfunções. Tendo isso, não nos debruçamos tanto à construção do modelo conceitual do sistema, dando espaço às sugestões de melhoria para as disfunções encontradas. Por fim, temos o quarto passo que é a ação. Essa ação foi realizada neste estudo de forma pontual junto ao grupo de apoio que estamos acompanhando, tendo em vista a utilização do método de observação participante que será detalhada em uma subseção mais à frente.

Visando a compreensão do universo que envolve o processo da adoção como um todo, e de que forma o marketing e suas funcionalidades podem auxiliar na diminuição do descompasso encontrado no sistema de adoção brasileiro, o presente estudo foi realizado por meio de uma pesquisa qualitativa e exploratória. Tendo em vista que a pesquisa buscou identificar e entender os agentes e suas motivações, optou-se pela coleta de dados a partir da

percepção dos pesquisados, como também de uma análise do contexto em que estão inseridos. Para tanto deve ser levado em consideração as subjetividades, as ações, os objetos e os efeitos causados pelos discursos (GODOI; BALSINI, 2010).

Para que essas questões conseguissem ser abarcadas se fez necessária uma abordagem de pesquisa qualitativa. De modo a fazer com que os sujeitos fossem ouvidos foi utilizada a metodologia de história oral temática com as famílias que já passaram ou ainda estavam no processo de adoção. Também foram realizadas entrevistas em profundidade com os outros agentes do sistema, sendo eles o juiz da I Vara da Infância e Juventude de João Pessoa e outros agentes do cenário judiciário do Estado, representantes de instituições de acolhimento, líderes de projetos sociais e de ONGs envolvidas com esse fenômeno. A observação participante no Grupo de Estudos e Apoio à Adoção de João Pessoa (GEAD-JP) norteou as ações que foram propostas posteriormente, ao final do estudo. Essas técnicas de coleta e seus respectivos atores podem ser visualizados no Quadro 3.

Quadro 3: Operacionalização da pesquisa

Objetivo geral			
Analisar alternativas para auxiliar a diminuição do desequilíbrio no sistema de adoção na perspectiva do marketing macrossocial.			
Objetivos específicos	Técnicas de coleta	Tipo de análise	Representantes
Identificar o papel dos agentes envolvidos no processo de adoção	História oral/ Entrevistas em profundidade/ Observação participante	Análise de conteúdo	<ul style="list-style-type: none"> • Conselho tutelar • Instituições de acolhimento • ONG (Ex.: GEAD-JP) • Projetos sociais (Ex.: Adoção Tardia/RS) • Famílias (que já passaram ou ainda estão no processo de adoção) • Jovens adultos que possam relatar seu processo de adoção
Verificar políticas e instituições existentes que visam à promoção da adoção	Observação/Pesquisa documental	Análise documental e de conteúdo	
Discutir as principais barreiras e facilidades que envolvem o processo de adoção no Brasil	História oral/ Entrevistas em profundidade/ Construção do modelo conceitual em grupo/ Observação participante	Análise de conteúdo	
Identificar alternativas para a diminuição do desequilíbrio	História oral/ Entrevistas em profundidade/ Observação participante	Análise de conteúdo	

Fonte: Elaboração própria (2020)

A coleta de dados foi feita por meio de gravação de áudio para as entrevistas em profundidade e de história oral, e para a observação participante foi construído um diário de bordo, que consta todas as anotações de todas as reuniões, além das fotografias e acompanhamento do grupo pelo aplicativo *Whatsapp*. Já a pesquisa documental, foi realizada

por meio de materiais secundários advindos de reportagens e notícias a respeito do fenômeno durante o período do presente estudo, esse ponto nos auxiliou na compreensão do momento atual em que se encontra a adoção e suas mudanças significativas mais recentes. Os procedimentos de análise foram realizados por meio de análise de conteúdo.

Com relação ao corpus de pesquisa entende-se que é um conjunto de trabalhos desenvolvidos a partir de um tema (RODRIGUES; MORIN; STREHLAU, 2009). Esses textos devem ser escolhidos de forma sistemática, não importando a quantidade ou o tamanho desses textos, mas sim sua representatividade. Para Rodrigues, Morin e Strehlau (2009) o equilíbrio do corpus de pesquisa se dá quando a inserção de novos materiais não acrescenta novos elementos, apenas complementam as categorias que já estavam definidas.

3.2.1 Sujeitos da pesquisa

O presente estudo teve como critério de escolha dos sujeitos de pesquisa o envolvimento dos mesmos com a causa da adoção no Brasil, sendo assim famílias que ainda estão no processo de adoção ou que já passaram por ele e também agentes que fazem parte do sistema de adoção foram entrevistados utilizando como base os roteiros que serão apresentados mais à frente.

Participaram do estudo oito atores do processo de adoção no Brasil e quatro famílias, sendo três casais pretendentes e um casal com o processo de adoção finalizado. Visando identificar diferenças nas experiências vivenciadas pelas famílias, buscamos diversificar quanto ao tempo/estágio em que se encontravam no processo. Tendo isso, realizamos entrevista com uma família pretendente que ainda estava pesquisando a respeito do tema e não havia iniciado o processo de habilitação, outra que havia acabado de receber a sentença de habilitação para ingressar no cadastro, uma família que estava habilitada há cinco anos e por fim, uma família que havia finalizado o processo de adoção há dois anos.

Os doze entrevistados, que terão seus perfis discriminados no Quadro 4 ao final desta seção, foram solícitos com a pesquisa e seus discursos foram satisfatórios para a reflexão que esta pesquisa busca alcançar. Principalmente visando a sugestão de Ichikawa e Santos (2010) de que a quantidade de respondentes facilita a interação mais próxima entre pesquisador e pesquisado, tornando maior a validade de refinação das informações a serem coletadas.

A maioria dos sujeitos foi selecionada por conveniência, tendo em vista sobretudo o nosso envolvimento com o GEAD-JP, que abriu portas para o acesso a sujeitos relevantes na causa, inclusive no cenário nacional. Todos os sujeitos atuavam ou residiam em João Pessoa, com exceção do desembargador do estado de Pernambuco, a gestora da ONG Adoção Tardia, que atua no Rio Grande do Sul, e a coordenadora do abrigo LALEC, que atua em São Paulo

capital. Somente as coordenadoras dos abrigos que não foram acessadas pelo vínculo criado com o grupo de apoio. Uma delas veio por esforço pessoal da pesquisadora e outra indicação de outra entrevistada. No mais, todos os outros foram contatos adquiridos pela inserção no GEAD-JP. Todos se mostraram favoráveis a terem seus nomes divulgados na pesquisa, porém preferimos preservar a identidade dos mesmos, por esse motivo serão denominados de acordo com seus cargos nas instituições que trabalham. No caso dos pretendentes, optamos por denominar “pretendente” ou “adotante”, de acordo com a situação que se encontram no processo de adoção.

Quadro 4: Sujeitos da pesquisa

Entrevistados	Profissão	Idade	Filhos por adoção?	Local de atuação	Tempo de atuação na área	Duração da entrevista
Juiz	Juiz	59 anos	5 filhos não adotivos	I Vara da Infância e Juventude de João Pessoa	5 anos	31min e 25 seg
Promotora	Promotora de Justiça	42 anos	2 filhas não adotivas	Ministério Público do Estado da Paraíba	25 anos	27min e 35seg
Desembargador	Desembargador	67 anos	2 filhos não adotivos e 3 adotivos	Tribunal de Justiça do Estado de Pernambuco	29 anos	34min e 35seg
Coordenadora 1	Pedagoga	-	2 filhos não adotivos e 1 filha adotiva	Abrigo - João Pessoa	4 anos	51min e 72seg
Coordenadora 2	Psicóloga	67 anos	1 filho não adotivo falecido	LALEC (SP)	8 anos	58min e 53seg
Conselheira	Psicóloga/Presidente do CEDCA/PB	-	Não possui filhos	CEDCA/PB	39 anos	25min e 22seg
Presidente GEAD	Psicóloga/Presidente do GEAD-JP	46 anos	2 filhos não adotivos	GEAD-JP	25 anos	45min e 07seg
Gestora AT	Design de Produto/Gestora da ONG Adoção Tardia	30 anos	Não possui filhos	ONG Adoção Tardia (RS)	3 anos	34min e 23seg
Entrevistados	Profissão	Idade	Perfil pretendido	Estado civil	Tempo de processo	Duração da entrevista
Pretendente 1	Formada em Jornalismo e Direito	35 anos	Já possui um filho biológico, pensa em criança menor de 3 anos, já cogitando a possibilidade de aumentar	Casada há 6 anos	3 meses que frequentava o GEAD-JP (Não havia iniciado o processo ainda)	28min e 39seg
Pretendente 2	Auxiliar de Farmácia	41 anos	Até 10 anos sem restrição de cor e sexo	Casados há 1 ano	6 meses	34min e 39seg
Pretendente 3	Psicólogo	37 anos				
Pretendente 4	Servidora pública	41 anos	0 a 7,5 anos, sem restrição de cor, sexo, e aceitando doenças tratáveis.	Casados há 20 anos	5 anos	40min e 54seg
Pretendente 5	Professor universitário	48 anos				
Adotante 1	Corretora de Seguros	37 anos	Inicialmente de 3 a 6 anos, porém adotaram uma criança de 10 anos	Casados há 12 anos	2 anos que concluíram o processo	60min e 43seg
Adotante 2	Corretor de Seguros	59 anos				

Fonte: Elaboração própria (2020)

3.2.2 Coleta de dados

A natureza da pesquisa qualitativa não apenas permite, como requer do pesquisador habilidade para construir gradativamente seu caminho de investigação, observando atentamente o contexto e as especificidades relacionadas ao fenômeno pesquisado. Rodrigues, Morin e Strehlau (2009) sugerem que a pesquisa social qualitativa deve combinar diversas técnicas a fim de captar uma interpretação coerente do fenômeno, de forma semelhante a uma bricolagem. Tendo isso apresentaremos os múltiplos métodos utilizados na pesquisa.

Os dados foram coletados de setembro a novembro de 2019 e somaram em torno de 467 minutos de entrevista gravados e suas transcrições somaram 130 laudas, com espaçamento 1,5 e fonte Times New Roman tamanho 12. O diário de bordo da observação participante resultou

14 laudas com a mesma formatação das transcrições. Ainda sobre as entrevistas, os discursos foram transcritos de maneira literal, de modo a conservar as características das falas dos entrevistados.

3.2.2.1 Observação participante

Como fonte de dados e objetivando uma aproximação inicial do campo, optamos por uma observação participante com os grupos de apoio à adoção (GAAs) que, na conjuntura atual do processo de adoção, aparecem como peça chave para adoções bem sucedidas. Na observação participante o processo de coleta de dados deve ocorrer no ambiente natural do sujeito e a interação do observado-pesquisador deve ocorrer de forma direta e pessoal, para que seja possível a percepção de sentimentos, emoções, entre outros aspectos (SERVA; JAIME JÚNIOR, 1995).

Falando do trabalho dos GAAs, seu objetivo principal foi preparar os pretendentes à adoção, como também proporcionar discussões a respeito de procedimentos judiciais, fases do desenvolvimento infantil, entre outras. A atuação do grupo também pode ser caracterizada como complementar ou preventiva e de avaliação, tendo em vista que eles abarcam pessoas que já adotaram e também pessoas que ainda não se inscreveram ou estão em processo de inscrição no CNA (FERREIRA, 2001).

Uma de suas principais atribuições são campanhas de esclarecimento sobre o processo de adoção e a vida das crianças nos abrigos (WEBER, 2000), visando garantir adoções legais, seguras e para sempre; o direito à família para todas as crianças e adolescentes; a legitimidade da família adotiva; a Atitude Adotiva como fundamento da sociedade e uma cultura de adoção na sociedade (ANGAAD, [s.d.]).

Geralmente são formados por pais adotivos e pessoas sensibilizadas com a causa que trabalham de forma voluntária, que defendem e são movidos pelas premissas da Nova Cultura de Adoção que visa prevenir o abandono de crianças, preparar os pretendentes, acompanhar o processo pós adotivo das novas famílias, auxiliar na busca ativa³, entre outros (ANGAAD, [s.d.]).

Atualmente estão cadastrados mais de 164 GAAs no site da Associação Nacional dos Grupos de Apoio à Adoção (ANGAAD). A ANGAAD é uma associação civil, filantrópica,

³ Busca ativa consiste em uma aproximação dos pretendes aos abrigos de modo que, ao vivenciar a realidade das instituições os pretendentes possam ser incentivados a adoção de crianças fora do perfil comumente desejado pelos adotantes (crianças de mais idade, com necessidades especiais ou inter-raciais)

cultural e de defesa dos direitos de crianças e adolescentes, sem fins lucrativos, que congrega há 20 anos, os GAAs que hoje contemplam todas as regiões brasileiras (ANGAAD, [s.d.]).

Para a realização da observação participante optamos por realizar o acompanhamento de um dos GAAs da Paraíba, o Grupo de Estudos e Apoio à Adoção (GEAD-JP), que iniciou suas atividades em 1994 se tornando o primeiro grupo de apoio à adoção do Nordeste, sendo inclusive mais antigo que a própria ANGAAD, que está em atividade desde 1995. Além de seu expressivo papel na causa da adoção no cenário nacional, também levamos em conta a questão da acessibilidade, por ser o grupo de apoio responsável pela cidade de João Pessoa, local onde residimos. Acompanhamos as vivências cotidianas do grupo, que são as reuniões quinzenais com os pretendentes e pais adotivos, como também os eventos realizados por eles, como os promovidos na semana da adoção.

Iniciamos o contato com o grupo no final de novembro de 2018 e estivemos presentes em seis reuniões, denominadas “Café com Adoção”, promovidas pelo GEAD-JP que tiveram como temas “Encontro ou reencontro? ”, “Todos os filhos devem ser gerados no coração! ”, “Perspectivas da adoção no Brasil”, “Adoções necessárias”, “Adoção e devolução” e a “A realidade do processo de adoção”. As reuniões ocorrem em formato de conversa/discussão, sempre em círculo, e são conduzidas por convidados como pessoas do judiciário, estudiosos do tema ou famílias que já passaram pelo processo de adoção, entretanto são sempre mediadas pela atual diretora do grupo.

Passado algum tempo de interação, fomos inseridas no grupo de *Whatsapp* no início de março de 2019, porém em 15 de abril a diretora alterou os ajustes do grupo virtual para que somente os administradores pudessem enviar mensagens. Com isso não tivemos mais acesso às discussões dos participantes, podendo realizar o acompanhamento online apenas durante cerca de um mês.

Auxiliamos na organização da II Caminhada da Adoção, que ocorreu no dia 19 de maio de 2019, e na I Conferência Estadual da Adoção, que aconteceu em 23 de maio de 2019. Esses eventos foram realizados pelo GEAD-JP devido à comemoração da semana nacional da adoção que ocorre anualmente de 19 a 25 de maio. Nesse período foi possível também acompanhar reportagens veiculadas nos noticiários e programas de televisão, em nível local e nacional.

De antemão algumas percepções foram obtidas nesse período de acompanhamento, o acesso ao GEAD-JP não é facilitado nem divulgado, tendo em vista que o grupo não utiliza nenhuma ferramenta de marketing exceto uma divulgação falha de sua atuação nos aplicativos *Instagram* e *Facebook*. A seguir alguns exemplos das peças divulgadas no aplicativo *Instagram*

que não possui um grande alcance (apenas 470 seguidores), deixando claro o baixo engajamento da ferramenta.

Figura 6: Posts no Instagram



Fonte: Instagram @geadjp

Figura 7: Página do GEAD no Instagram



Fonte: Instagram @geadjp

Foram identificados conflitos internos relacionados à direção e antigos voluntários do grupo, como também uma centralização das atividades nas mãos de poucas voluntárias. Também verificamos que o grupo estava em fase de estruturação, tendo em vista que se encontrava em situação irregular até ano passado. Isso porque sua sede física se localizava em

um prédio do Conselho tutelar, o que, segundo a Vara da Infância e Juventude, caracterizava conflito de interesses. A justificativa para tal intervenção era que devido à grande interação existente entre o grupo e o Conselho, poderia haver algum tipo de privilégio de informações para os participantes do grupo em detrimento de outros pretendentes que não frequentavam as reuniões. Por esse motivo, o GEAD-JP teve diversos cortes como, por exemplo, não participar de reuniões junto ao judiciário e o acesso negado aos abrigos, o que ocasionou um distanciamento do grupo a esses atores importantes.

Esforços relacionados a parcerias com os abrigos e com o Tribunal de Justiça também foram observados nesse período. Com o passar do tempo foi notado envolvimento maior dos pretendentes com o grupo, fazendo com que as reuniões tivessem uma característica de conversa informal, nas quais as pessoas iam buscar apoio e compartilhar suas questões. Outros pontos observados no grupo serão apresentados na análise dos dados, visto que muitas discussões que aconteceram nas reuniões convergiram com o discurso dos entrevistados.

Tendo em vista que o método da observação participantes requer uma complementação de outras metodologias (SERVA; JAIME JÚNIOR, 1995), optamos por realizar o método de história oral com as famílias adotivas e pretendentes, e entrevistas semiestruturadas com os demais atores do sistema.

3.2.2.2 História oral

Utilizamos a história oral temática buscando captar as experiências das famílias que estão no processo de adoção ou que já passaram por ele, respeitando seus lugares de fala e suas experiências individuais de modo a acessar histórias singulares a respeito do processo e o que ele significa ou significou na vida dessas famílias.

A história oral objetiva a obtenção de depoimentos em profundidade a partir de um referencial teórico, capazes de orientar possíveis respostas para os objetivos de pesquisa (ICHIKAWA; SANTOS, 2010). Para tanto é necessário que os entrevistados possuam confiança no pesquisador possibilitando que os relatos sejam os mais sinceros possíveis, de modo que o resultado final seja advindo de um diálogo entre pesquisador e pesquisado (ICHIKAWA; SANTOS, 2010). O roteiro de entrevista apresentado no Quadro 5 é pautado nos pontos de interesse da pesquisa, não excluindo a possibilidade de inserção de novos questionamentos que surgirem durante as conversas. O roteiro considera oito categorias prévias de análise sendo elas: despertar, tempo, mudanças, sociedade, sistema, relações de poder, visão analítica e ideal.

Quadro 5: Roteiro de história oral temática (famílias)

Dimensão	Pergunta	Autores
Despertar	1. O que adoção significa pra você e o que te levou a pensar nessa opção?	WEBER (2000); MAUX; DUTRA (2010)
	2. Como você iniciou o processo?	MAUX; DUTRA (2010)
Tempo	3. Há quanto tempo estão no processo? /Quanto tempo durou?	SIQUEIRA; DELL'AGIO (2006); ACIOLI <i>et. al</i> (2018)
Mudanças	4. Como o processo de adoção mudou o cotidiano familiar?	COSTA; ROSSETTI-FERREIRA (2007); FERREIRA (2014a)
Sociedade	5. Na sua opinião, ainda há muita desinformação e/ou preconceito da sociedade em relação ao processo de adoção?	WEBER (2000); MAUX; DUTRA (2010); FERREIRA (2014a)
Sistema	6. Como foi o seu processo?	LAYTON (2015); KENNEDY (2017)
Relações de poder	7. Quem são os atores do processo de adoção no Brasil e quais os seus papéis?	
	8. Com quais deles você interage para a realização das suas atividades?	
Visão analítica	9. Se precisasse escolher o principal ator com quem você interage, qual seria?	COSTA; ROSSETTI-FERREIRA (2007); FERREIRA (2014b); HUFF <i>et. al</i> (2017)
	10. Na sua opinião, existem/existiram entraves no seu processo? Se sim, quais?	
	11. Na sua opinião, quais são as principais falhas no processo de cada um desses que foram citados?	
	12. E quais as vantagens?	
Ideal	13. Na sua opinião, o que deveria ser mudado?	KENNEDY (2017)
	14. Na sua opinião, como seria o processo ideal, tanto para as crianças quanto para as famílias?	

Fonte: Elaboração própria (2020)

3.2.2.3 Entrevistas com os agentes/atores

De modo a acessar as percepções dos demais atores participantes do processo de adoção, optamos por realizar entrevistas em profundidade a fim de identificar e compreender situações e atividades que não são observadas de forma direta. Com essa dinâmica conseguimos não só uma comunicação com os entrevistados como também a construção dos significados apresentados nos discursos (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013).

As entrevistas podem ser estruturadas, semiestruturadas ou não estruturadas. No presente estudo utilizaremos um roteiro de entrevista, de modo a garantir a liberdade de acrescentar perguntas no curso da conversa e assim obter mais informações acerca das percepções dos entrevistados (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013). Os sujeitos aqui analisados foram funcionários das instituições de acolhimento, do GEAD-JP e de demais ONGs e projetos sociais que visam apoiar a causa da adoção infanto juvenil. Como falado no ponto anterior, o roteiro apresentado no Quadro 6 não exclui a possibilidade de inserção de novos questionamentos que surgirem durante as conversas. O mesmo considera oito categorias prévias

de análise sendo elas: envolvimento, sistema, relações de poder, alterações no cenário, visão analítica, esforços e ideal.

Quadro 6: Roteiro de entrevista em profundidade (demais atores)

Dimensão	Pergunta	Autores
Envolvimento	1. O que adoção significa pra você?	WEBER (2000); MAUX; DUTRA (2010)
	2. Você já adotou alguma criança? Se sim, comente sobre o processo e a experiência.	COSTA; ROSSETTI-FERREIRA (2007); FERREIRA, 2014a
	3. Há quanto tempo está trabalhando na área?	SIQUEIRA; DELL'AGIO (2006); ACIOLI <i>et. al</i> (2018)
	4. Como se interessou pela causa?	MAUX; DUTRA (2010)
Sistema	5. Descreva suas atividades relacionadas à adoção.	LAYTON (2015); KENNEDY (2017)
Relações de poder	6. Quais são os atores do processo de adoção no Brasil?	LAYTON (2015); KENNEDY (2017)
	7. Com quais deles você interage para a realização das suas atividades?	
	8. Como ocorrem essas interações?	
	9. Como elas influenciam o seu trabalho?	
Alterações no cenário	10. Se precisasse escolher o principal ator com quem você interage, qual seria?	ANDREASEN (2002); ANDREASEN (2006); DOMEGAN (2008); WYMER (2011); KENNEDY; PARSONS (2012)
	11. Políticas públicas podem influenciar suas atividades?	
Visão analítica	12. Você presenciou alguma mudança na legislação estando no cargo atual? Se sim, qual e como isso afetou o seu trabalho?	HUFF <i>et. al</i> (2017)
	13. Se você tivesse o poder de alterar algo no seu trabalho hoje, o que seria?	
Sistema	14. E no processo de adoção como um todo?	
Sistema	15. Como é o processo de adoção no Brasil atualmente?	LAYTON (2015); KENNEDY (2017)
Visão analítica	16. Quais são as principais falhas e vantagens no modelo atual?	COSTA; ROSSETTI-FERREIRA (2007); FERREIRA (2014b); HUFF <i>et. al</i> (2017)
	17. No CNA existem mais 9.500 crianças cadastradas e 46.000 famílias pretendentes. Na sua opinião, qual a principal causa dessa realidade?	
Esforços	18. Quais as iniciativas que você considera mais importantes promovidas pela sua organização e prol da causa da adoção? Comente o porquê.	(SIQUEIRA; DELL'AGIO, 2006; ACIOLI <i>et. al</i> , 2018)
Ideal	19. Cite alguma cidade ou país que possui um processo de adoção modelo. Quais são as principais diferenças?	(KENNEDY, 2017; KENNEDY, 2019)

Fonte: Elaboração própria (2020)

3.2.3 Procedimentos de análise

As fontes de coleta de dados foram as notas de campo advindas da observação participante, os documentos analisados no período da pesquisa e os dados coletados nas

entrevistas em profundidade e de história oral temática. Deste modo, a análise de conteúdo se apresentou como uma decisão metodológica adequada, tendo em vista que se caracteriza como um conjunto de técnicas de análise que buscam compreender as comunicações de forma crítica verificando os significados explícitos e implícitos do conteúdo das mensagens (BARDIN, 2007; CHIZZOTTI, 2006).

O foco dessa análise é a língua de modo a expressar os valores e crenças implícitos ao comportamento dos indivíduos nos diversos sistemas sociais (DELLAGNELO; SILVA, 2005). O que se adapta ao escopo desse estudo, já que buscamos analisar como os agentes envolvidos no processo e os pretendentes se posicionavam com relação ao sistema de adoção e quais os seus respectivos papéis dentro dele.

De acordo com Dellagnelo e Silva (2005) a análise de conteúdo se divide em três passos, que são a pré-análise, a exploração ou análise e a fase de inferência e interpretação dos dados. Com base nisso, transcrevemos os dados no Microsoft Word 2013 e demos início à exploração do material.

Quadro 7: Etapas da análise de conteúdo

Etapa		Descrição
Pré-análise	Transcrição	As transcrições e leituras flutuantes foram realizadas no programa Microsoft Word 2013. As leituras flutuantes foram importantes para familiarização com as falas dos entrevistados e a partir disso foi possível reconhecer as possibilidades de tendências de respostas baseadas nos objetivos do estudo
	Leitura flutuante	
Exploração ou análise	Codificação	Foram codificados os nomes dos entrevistados e feitas marcações com cores variadas nas falas que convergiam visando um agrupamento posterior
	Escolha das unidades de análise	Foram agrupados os trechos de acordo com as cores para a interpretação tanto das dimensões que emergiram como também a reflexão das que já haviam sido pré-definidas
	Categorização	A partir de critérios semânticos os elementos foram agrupados em categorias de acordo com a mensagem implícita ou explícita que refletiam
Inferência e interpretação	Reflexão	Confronto das falas dos entrevistados com o que foi visto teoria e na observação participante

Fonte: Baseado em Dellagnelo e Silva (2005)

Inicialmente fizemos leitura flutuante, a fim de identificar os trechos mais relevantes, essa identificação foi realizada à luz do referencial teórico, de modo a conseguir responder os objetivos da presente pesquisa. Após novas leituras, realizamos a codificação, classificação e categorização dos dados para que possamos compreender a lógica das ideias das falas analisadas (BARDIN, 2007). Essa categorização reduz os dados em unidades de registro, que são palavras, e em unidades de contexto, que são frases (DELLAGNELO; SILVA, 2005).

Após a repetição do processo de codificação e a verificação da validade das categorias a partir da teoria, iniciamos o processo de tratamento dos resultados com inferências e interpretações que culminaram em uma análise reflexiva e crítica dos materiais coletados (RODRIGUES; MORIN; STREHLAU, 2009). Tendo isso, veremos no próximo capítulo a análise, interpretação e discussão dos dados levantados na presente pesquisa.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo se dará a apresentação da análise dos achados da pesquisa obtidos nas entrevistas em profundidade e de história oral delimitadas anteriormente, e busca alcançar os objetivos da pesquisa que são (1) identificar o papel dos agentes envolvidos no processo de adoção; (2) verificar políticas e instituições existentes que visam à promoção da adoção; (3) discutir as principais barreiras e facilidades que envolvem o processo de adoção no Brasil; e por fim (4) identificar alternativas para a diminuição do desequilíbrio.

As entrevistas foram transcritas na íntegra para realização de uma análise mais fiel do que foi falado pelos sujeitos. Após transcritas, foram feitas leituras flutuantes para visualização de possíveis inconformidades e também familiarização com as falas. Tendo isso, realizamos uma categorização dos dados que resultou em duas dimensões de análise sendo a primeira Sistema e Visão analítica, e a segunda Envolvimento e Subjetividade.

A primeira dimensão, denominada Sistema e Visão analítica, foi dividida em três categorias que dizem respeito à estrutura do sistema de adoção, a visão crítica (negativa) e os pontos positivos desse sistema. Essa dimensão alcança o objetivo geral dessa pesquisa que compreende a analisar o sistema de adoção, porém a análise na perspectiva do marketing macrossocial será discutida mais à frente na seção 4.3 desse trabalho. Aqui também será atingido o objetivo específico 1, e serão apresentados os dados para o alcance dos objetivos 3 e 4 que são complementares, e discutidos na seção que correspondente às intervenções de marketing macrossocial.

Já a segunda dimensão, denominada Envolvimento e Subjetividade, diz respeito às questões como o significado da adoção para os sujeitos, os esforços individuais e institucionais, o engajamento com a causa, a idealização do perfil da criança, as dificuldades de romper os laços biológicos, a percepção de tempo, as campanhas, entre outras questões que surgem como barreiras ou facilidades no processo de adoção. Essa dimensão atinge o objetivo específico 2 e serve de suporte para a discussão das alternativas que serão apresentadas nas considerações.

Quadro 8: Dimensões e categorias

Objetivo Geral: analisar o sistema de adoção na perspectiva do marketing macrossocial		
Dimensões	Sistema e Visão Analítica	Envolvimento e Subjetividade
Objetivos correspondentes	1, 3 e 4	2 e 4
Categorias	Estrutura	Significado/Motivação
	Críticas e falhas	Complexidade
	Pontos positivos	Esforços
	Sugestões	Questões subjetivas

Fonte: Elaboração própria (2020)

Como apresentado anteriormente na metodologia, os sujeitos da pesquisa foram escolhidos a partir de seu envolvimento com a causa, tanto pela profissão, que são os agentes do sistema, quanto pelo interesse em adotar, que são os pretendentes ou adotantes, totalizando 12 entrevistados, sendo 8 agentes e 4 famílias pretendentes/adotantes. Suas informações e características constam na seção 3.2.1 deste trabalho.

4.1 Sistema e visão analítica

Essa seção tem o intuito de contextualizar a situação da adoção no Brasil atualmente a partir da visão dos sujeitos da presente pesquisa. Questões como a estrutura do sistema, as alterações que foram vivenciadas e uma apreciação crítica tanto negativa como positiva serão apresentadas.

Dentro dessa avaliação sobre o sistema estavam as perguntas 6 a 13 do roteiro de entrevista de história oral e 5 a 16 do roteiro de entrevista em profundidade, que se concentram na descoberta sobre o entendimento das fases do sistema, os atores e seus papéis, e uma visão analítica do entrevistado a respeito do sistema de adoção no Brasil. As respostas nos levaram a identificar itens como: estrutura, críticas e pontos positivos, estes trouxeram respostas sobre o entendimento do sistema e das suas possíveis falhas. Os pontos positivos poderão auxiliar nas considerações das possíveis alternativas, tendo em vista que podem ser elementos que devem ser mantidos. Desta forma a estrutura do sistema será apresentada a seguir.

4.1.1 Estrutura do sistema

Os dados recolhidos anteriormente a respeito da estrutura do sistema de adoção foram advindos de fontes secundárias como os sites institucionais do CNJ, TJ e ANGAAD. Nessa seção serão privilegiadas as descobertas advindas da parte exploratória da pesquisa, sem muitos links com a parte teórica deste trabalho. Na revisão de literatura havíamos levantado como o processo de adoção ocorre no Brasil, porém identificar os agentes envolvidos e seus papéis no processo de adoção, como sugere uns dos objetivos específicos, foram dados que buscamos em campo. Aqui veremos informações a respeito dos atores principais, demais atores, como ocorrem suas interações e qual sua intensidade.

Falando sobre **principais atores** envolvidos no processo de adoção, existiu uma congruência na fala dos entrevistados em que o protagonismo maior é do judiciário. Apesar de que, na fala dos pretendentes os grupos de apoio à adoção apareceram como um ator informal de grande importância.

Bom, os principais atores evidentemente... a criança e o pretendente ou os pretendentes, as crianças, adolescentes, esses são os principais porque eles que são, entre aspas, o objeto da ação de adoção né?! E aí na triangulação nós temos o juiz, a criança... a parte, e intervindo como fiscal da lei o representante do Ministério Público, né?! Então normalmente num processo normal, é o juiz, o autor e o réu, é essa triangulação. Aqui no processo de adoção, o juiz a criança, o pretendente (Juiz).

Olha, nós temos uma **rede de proteção**, tá certo? Então assim, **o judiciário é bem importante** (Conselheira).

Na medida em que a última palavra é do judiciário, não há dúvidas de que o principal ator é o judiciário né? É quem diz o direito, então acho que é intuitivo que assim seja (Desembargador).

[...] os técnicos da **Vara da Infância, de um ponto de vista formal. De um ponto de vista informal, o GEAD tem sido um grande ator** que acho que em primeiro lugar tem sido muito importante pra gente nesse processo. Mas no processo legal, o judiciário, especialmente os técnicos da Vara da Infância (Pretendente 3).

Com relação aos demais atores, o **Conselho Tutelar** aparece como sendo a porta de entrada para o processo de adoção, a **equipe interprofissional** também surge como de grande importância na fala dos entrevistados e por fim os **grupos de adoção** são reconhecidos como atores relevantes no processo.

Nós temos a porta de entrada... o Conselho Tutelar, que é justamente quando tem a violação dos direitos dessas crianças e ele encaminha pra os abrigos, não encaminha pra os abrigos, porque é o judiciário que encaminha (Conselheira).

Como ele (Conselho Tutelar) também é **porta de entrada** para as instituições de acolhimento, ele entrega essa criança, no acolhimento, comunica imediatamente ao juiz, no máximo... um prazo máximo de 24 horas, e aí o juiz faz uma guia de acolhimento, que é um documento que é hospedado no site do Conselho Nacional de Justiça, cabe ao juiz expedir a guia de acolhimento e posteriormente a de desligamento (Juiz).

[...] mas são atores relevantes também **psicólogos, assistentes sociais**, que fazem entrevista, que dão pareceres, enfim que com seus saberes acadêmicos específicos ajudam o juiz a decidir as causas. **Grupos de adoção**, por exemplo, né? No nosso caso aqui é bem atuante, inclusive eu sei que o GEAD-JP é muito atuante também, na maior parte do país... e **eles tiveram, continuam tendo uma contribuição muito grande no país** (Desembargador).

Quanto às interações, alguns entrevistados preferiram não escolher uma principal, afirmando uma forte integração entre os atores.

Não dá pra escolher o principal não, certo? Porque um depende do outro... (Conselheira).

Então esses atores todos que a gente tem o contato (Coordenadora 2).

Entretanto alguns atores citaram a **Vara da Infância e Juventude** como uma das principais interações. No caso dos pretendentes a mesma também apareceu como a interação mais citada, porém de forma negativa por ser uma interação limitada e somente processual.

Agora eu acho que assim, se a gente pensar em termos de **intensidade de contato**, eu acho que varia um pouco, mas o maior... **o ator principal é a Vara da Infância** (Coordenadora 2)

Quem mais influencia é a Vara da Infância (Coordenadora 1).

A Vara, é muito limitada, é muito seco. A palavra correta é essa, seco, muito, muito. [...] Agora, daqui de João Pessoa, da Vara, nós não tivemos nenhum. Nenhum. **Eles só fizeram a obrigação deles, que era a entrevista. Mais nada** (Adotante 1).

Pra falar da gente... **eu não sinto, quando eu vou lá, um acolhimento**, sabe? Eu vou, peço uma informação... Não sou destrutada, de modo algum, sou bem recebida, me dão a informação que eu peço, mas você não sente aquele ambiente de acolhimento, sabe? Alguém que tá recebendo, assim, que deve ter uma noção pelo que a gente 'tá passando, então, de sentar, sabe? Uma coisa mais fria, mais processual (Pretendente 4).

No que concerne às atividades dos atores, o ponto que merece ser destacado é a sobrecarga de atividades das coordenadoras dos abrigos que, apesar de vivenciarem realidades distintas, tendo em vista que um abrigo é mantido pelo município e o outro é uma ONG autossustentável, deixam claro em suas falas a centralização de atividades em suas mãos. A atribuição de funções é maior do que em todos os outros atores do processo entrevistados nessa pesquisa, o que se assemelha ao que Siqueira e Dell'Aglio (2006) e Acioli *et. al* (2018) defendem em seus trabalhos com relação à falta de funcionários, o que acaba desmotivando os profissionais da área.

São 14 vidas dependendo de mim aqui dentro, entendeu? São 22 funcionários, que a gente trabalha aqui em sistema de plantões. São 4 plantonistas, quer dizer, são 4 plantões, 2 diurnos e 2 noturnos, são 4 equipe então é... sabe que pra você lidar muitas vezes... tem funcionário que dá mais trabalho que a criança e o adolescente. E aí lido com várias situações, esses meninos quando chegam pra mim... esses meninos vêm tudo destruçado, não tem um documento, geralmente com a defasagem escolar imensa... a gente tem que tá procurando escola pra botar esses meninos, faz teste, vai atrás disso, atrás daquilo, tira documento, leva pra médico, aí tem que acionar a saúde... **E aí é muita coisa, entendeu?** Fora a manutenção da casa... (Coordenadora 1).

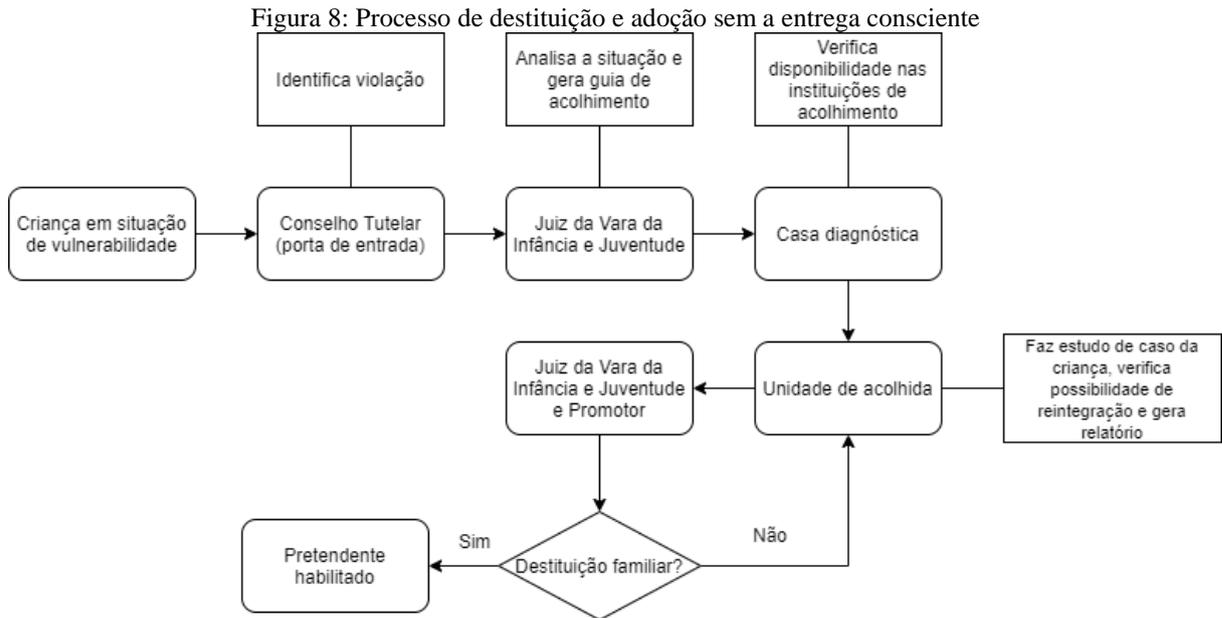
Então tem que fazer relatório, eu faço visita familiar, pra ver todo aquele trabalho se a criança que tá com a gente, realmente tem alguém que possa cuidar dela. Então tem que fazer esses relatórios, tem que fazer visitas junto com assistente social, eu vou na Vara da Infância fazer os encontros que a gente faz de parceria e outros projetos que a casa efetivamente acaba por abraçar. E tem a própria casa que eu tenho que cuidar, do ponto de vista administrativo, das cuidadoras, da área administrativa (Coordenadora).

Entendemos então que todos os atores do processo de adoção têm algum tipo de interação com a Vara da Infância e Juventude, o que a torna o ator principal desse sistema. Partindo do pressuposto que Vara da Infância e Juventude seria um dos principais atores, essa visão do senso comum é ratificada na fala dos entrevistados. A mesma aparece como o principal ator do processo de adoção, tendo em vista que os demais atores entrevistados possuem

interações intensas, tanto de trabalho quanto de necessidade atendimento, como no caso dos pretendentes. Os pretendentes apontam a falta de suporte da Vara, especialmente quando se tratando de questões mais subjetivas, tendo em vista que é um processo delicado e que envolve mais do que as atividades formais. Essas questões serão visualizadas nas discussões a respeito das falhas do sistema.

Os demais atores se relacionam com o processo de destituição familiar, que é de fundamental importância para o processo de adoção. São eles o Conselho Tutelar, as equipes técnicas das casas de passagem, das instituições de acolhimento, e da própria Vara da Infância e Juventude, que são responsáveis por identificar as mães que estão propensas a doar seus filhos, e promotores.

Seguindo uma lógica de sistema a criança é identificada pela “porta de entrada”, que é o **Conselho Tutelar**, que tem como papel identificar alguma violação de direito familiar. Este recebe a denúncia, verifica os fatos, retira a criança daquela situação de vulnerabilidade e repassa o caso para o **juiz da Vara da Infância** que emite ou não a guia de acolhimento. Enquanto espera a guia, que deve ser emitida em no máximo 24 horas, a criança pode permanecer até 20 dias em uma casa diagnóstica ou casa de passagem. A **equipe técnica** desta casa faz a verificação de disponibilidade nas casas de acolhimento da região, faz o contato e repassa essa criança para a unidade de acolhida disponível. Ao chegar lá a **equipe técnica do abrigo** faz um estudo de caso daquela criança, realizam uma busca pela família biológica e verifica a possibilidade de reintegração familiar. Finalizado esse relatório é enviado ao juiz da Vara da Infância e Juventude (isso quando em regiões mais desenvolvidas, em cidades de interior a Vara é única e julga os mais variados processos), que julga junto com o **promotor** se essa família tem condições de reestruturação ou se a criança é destituída do poder familiar. Caso destituída, a Vara da Infância insere aquela criança no Cadastro Nacional da Adoção para que tenha a possibilidade de colocação em família substituta. Outro modo de entrada da criança no processo de adoção é quando a mãe decide voluntariamente entregar seu filho, se comunicando diretamente com a Vara da Infância ou com pessoas da equipe técnica do judiciário que trabalham em contato com as maternidades. Então a **equipe técnica** recolhe essa criança, põe no acolhimento e, quando a situação jurídica da destituição está regularizada, entrega diretamente àquele pretendente habilitado que esteja na fila de espera. Caso não exista pretendentes para a criança, esta permanece em unidade de acolhida. Esse processo pode ser visto na Figura 8.

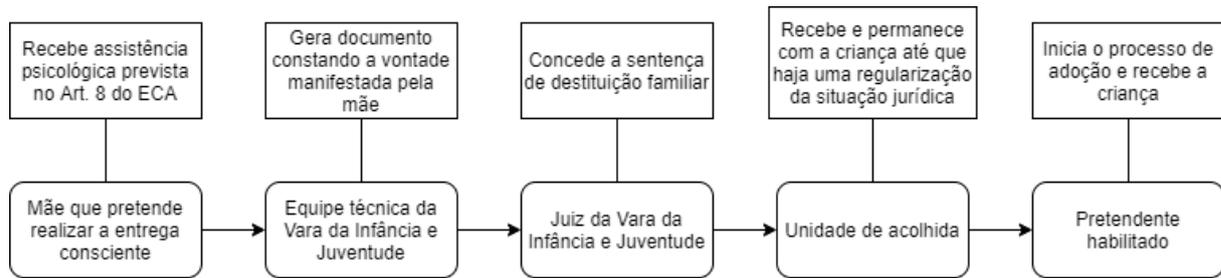


Fonte: Elaboração própria (2020)

Falando dos demais atores do processo de adoção em si, podemos citar novamente a Vara da Infância e Juventude, os pretendentes à adoção, os grupos de apoio e ONGs que trabalham em prol da visibilidade da causa, a equipe técnica da Vara que faz a análise dos pretendentes e a equipe técnica da casa de acolhida que possibilita o contato dos pretendentes com as crianças habilitadas, os promotores e defensores públicos. Podemos visualizar que após finalizado o processo de destituição familiar, o processo de adoção é tido como um processo menos complexo, tendo em vista que a criança não se encontra mais em risco e as possibilidades de reintegração familiar já foram descartadas, então o que é levado em consideração na parte processual é a ordem da fila e o perfil delimitado pelos pretendentes. A equipe técnica da instituição de acolhimento tem grande importância na emissão do parecer que servirá de base ao juiz conceder o direito de adoção daquele pretendente ou não.

O que precisa estar claro é que são processos distintos, porém interligados, que afetam diretamente na execução do outro. No senso comum, inclusive na percepção da própria pesquisadora, não é visto dessa forma. O que aparece como moroso e ainda mais complexo que o processo de adoção é o processo de destituição familiar, e apesar de termos nos proposto a analisar apenas o processo de adoção, este não funciona sem o anterior, que aparenta ser um dos grandes gargalos do sistema. Isso pode ser visualizado na Figura 9 que, em contraste com a Figura 8, apresenta um processo menos complexo devido à entrega consciente realizada pela mãe biológica da criança. Essas questões serão melhor discutidas na seção 4.2.2 desse trabalho.

Figura 9: Processo de destituição e adoção com a entrega consciente



Fonte: Elaboração própria (2020)

Com relação à estrutura do sistema, vemos que ela é de certo modo satisfatória para atender as demandas, entretanto suas disfunções prejudicam a celeridade dos processos, principalmente devido à interligação de atores que trabalham de forma distanciada. Segundo os entrevistados o judiciário aparece como principal ator do sistema, por ter a decisão em suas mãos. Os demais atores citados foram o Conselho Tutelar, com uma função de porta de entrada e identificador das violações dos direitos das crianças e adolescentes. A equipe multidisciplinar dos abrigos, por serem agentes fundamentais no desenvolvimento das crianças enquanto estão sob sua tutela, e também os GAAs aparecem como principais atores informais, responsáveis pela conscientização e apoio aos pretendentes e adotantes. A maioria dos entrevistados citou a Vara da Infância e Juventude como o ator com quem mais interagem, essa interação foi muitas vezes citada como negativa pelos pretendentes. Tendo isso, temos que os atores existentes atenderiam às expectativas dos pretendentes, entretanto a quantidade de funcionários acaba por influenciar negativamente o sistema. Com isso, podemos seguir para as críticas dos entrevistados quanto ao sistema de adoção.

4.1.2 Críticas e falhas do sistema

Aqui veremos o que foi relatado pelos respondentes como questões que deveriam ser mudadas ou que poderiam ser melhoradas na situação das crianças e adolescentes que estão em situação de acolhimento no Brasil.

Como no caso da destituição que emergiu nos dados obtidos pelas entrevistas, outro ponto que acreditamos não poder deixar de ser citado foi **o problema que antecede a adoção**. Tendo em vista que ao serem questionados sobre como as políticas públicas poderiam auxiliar seu trabalho na causa da adoção, os agentes entrevistados citaram que os problemas de base da sociedade, tais como pobreza, dependência química, falta de educação, saúde e apoio, não só afetam diretamente, como se, caso fossem sanados, não haveria a causa da adoção para resolver. Os entrevistados colocaram que se não houvessem esses problemas todas as famílias que

gerassem filhos, seriam capazes de acolhê-los e criá-los da melhor forma possível, porém esse é um cenário distante da realidade encontrada atualmente.

Visando diminuir esses problemas sociais, as políticas públicas nesse sentido se apresentam como primordiais para atingir uma mudança favorável a essas questões. Então questões como incentivos na educação, campanhas de prevenção sexual, melhoria nos programas de auxílio à camada mais humilde da população, entre outros, foram citadas pelos entrevistados como formas de auxiliar essas famílias a terem condições de manter seus filhos.

[...] **muitas vezes essas coisas acontecem exatamente por falta de apoio na base.** As nossas instituições estão cheias de crianças acolhidas, não todas disponíveis para adoção, mas acolhidas porque estão precisando de proteção. Por que? **Porque faltou proteção lá na base, desestrutura familiar, miséria absoluta né?** Isso, essa degradação do pai, mãe... crianças que vão para os sinais de trânsito pedir dinheiro ou limpar para-brisa, porque chega em casa não tem nada para comer (Juiz).

Quando eu vou visitar as famílias, fazer essa busca ativa em relação a família extensa, a parentalidade da criança, **eu fico impressionada com a quantidade de jovens que estão nesse lugar de ter filhos e não... continuam na drogadição.** [...] Então assim, **a gente precisa fazer um trabalho de base com essas meninas né?** De 15, 16 anos que é o segundo momento do desenvolvimento humano que a gente pode trazer de novo pra uma outra realidade, passou isso, menina... fica mais difícil, muito mais difícil (Coordenadora 2).

Esse é o meu ver, porque assim **existem muitos direitos violados dessas crianças e adolescentes, e eles só chegam a essa adoção pela violação de direitos.** [...] Se a gente como **prevenção**, a gente investisse na campanha de violação de direito e de uma rede de proteção funcionando, eu acredito que a gente não teria tantas crianças no processo de adoção. E com políticas públicas garantidas também pra essas crianças e adolescentes, **eu acho que não teria que tirar essas crianças dos seus seios familiares né?** (Conselheira).

... e aí tu vai ver por que que tem mais adolescente em abrigo, ou crianças acima de 7 anos, porque não tem creche, porque **falta uma rede de apoio pra essas famílias.** Aí se tu vai indo na causa raiz, eu acho que as políticas tinham que ser mais voltadas pra isso assim, pra oferecer essa rede... porque assim, **como é que vai cobrar que uma família atenda às necessidades de uma criança se ela tá sem auxílio nenhum, sabe?** (Gestora ONG).

E adoção é só uma forma, mas assim, tem que se investir em condições, mesmo. **Muitas mães, basta um pouco de proteção social, elas conseguem ficar com seus filhos, e o ideal que fique.** Assim, a criança só deve ir pra adoção em último caso, como diz a lei. Quando realmente não for possível. **Então, assim, falta investimento pra que ela consiga voltar pra sua família biológica.** E também, em sendo impossível, pra que ela consiga, com muita agilidade, ficar o menos tempo possível ficar em casa de acolhimento, e o mais rápido possível com a família substituta (Pretendente 4).

Vemos que, na percepção dos entrevistados, existem falhas nas políticas públicas anteriores à situação de acolhimento, que são responsáveis pelo grande número de crianças nos abrigos. Para que haja uma maior assertividade nessas ações governamentais, Ferreira (2014b) afirma que existe a necessidade de compreender melhor as famílias e os motivos das crianças

estarem em situação de acolhimento, para que a construção de políticas públicas eficazes que possam atender ao bem-estar dessas crianças.

Agora nos voltando para as falhas que compõem o sistema atual da adoção no Brasil, outro problema recorrentemente citado pelos entrevistados foi o fato de o **acolhimento não ser positivo para o desenvolvimento das crianças**, o que corrobora em partes com o estudo de Acioli *et. al* (2018), que coloca que esses ambientes acabam retardando o desenvolvimento psíquico e emocional dessas crianças. As falas divergem do autor quando o mesmo defende as casas-lares como sendo ambientes melhores para a formação das crianças, o que não aparece no discurso dos entrevistados.

[...] os chamados antigos abrigos [...] elas **por mais que os profissionais sejam dedicados**, mas é uma casa onde tem 5, 6, 20 ou mais crianças ali convivendo com seus né... com suas divergências... advindos de situações... as mais diversas possíveis (Juiz).

Imagine você, numa instituição com várias crianças, vinte... e cada uma é um caso diferente. Você perde um pouco de trabalho, né? E há um prejuízo. Então, **a gente não pode esconder de que isso é um prejuízo, que vai contra a questão da reintegração familiar** (Promotora).

Porque na instituição você cuida de vários, por mais cuidado que a instituição tenha e que a gente faz muita questão, por exemplo, o LALEC, de levar pra cada criança o melhor que ele possa receber enquanto ele está ali na instituição, **ainda assim a gente deixa a desejar** (Coordenadora 2).

E aí eu sou muito a favor dessa questão da adoção, sou muito a favor, **porque acolhimento não é legal... por melhor que seja, por mais estrutura que se tenha, por mais coisas que se faça, mas é diferente do âmbito familiar**, daquela casa que você tá com sua família com o pai, com a mãe (Coordenadora 1).

Bom, você praticamente tem nessas casas, **pessoas despreparadas pra ‘tá acompanhando aquelas crianças... [...] ... o resto são pessoas bem intencionadas**, que ‘tão ali, mas não tem um... uma formação pra tratar cotidianamente com aquelas crianças das mais variadas idades que estão ali. [...] É, inclusive até verifica-se que as crianças que passam pela situação de acolhimento, elas tem um... um processo de... de... como é que se diz? Ela tem uma diminuição... **não desenvolve as capacidades que ela poderia desenvolver do ponto de vista cognitivo, do ponto de vista emocional**, e etc. (Pretendente 5).

A situação de abrigo por si só não é positiva para as crianças e adolescentes, e isso ainda é intensificado pela falta de funcionários o que acarreta o acúmulo de funções e atividades que já foram citados anteriormente. Tudo isso culmina em uma dificuldade de desenvolvimento das crianças que é inclusive citada na fala do Pretendente 5 que afirma que elas “**não desenvolvem as capacidades que ela poderia desenvolver do ponto de vista cognitivo, do ponto de vista emocional, etc.**” quando se encontram nessa situação. Acioli *et. al* (2018) colocam que um dos principais problemas referentes aos abrigos é relacionado aos recursos humanos dessas instituições, tendo que o vínculo dessas pessoas com as crianças são o ponto chave para um desenvolvimento mais saudável das mesmas.

Outro ponto a respeito dos abrigos, foi citado pela Coordenadora 1 de um abrigo em João Pessoa que é a **morosidade nos processos relacionados aos direitos civis das crianças** em situação de acolhimento, como educação e saúde. Ela relata as dificuldades de acesso a esses serviços para as crianças do abrigo e coloca que “Se (o sistema) funcionasse direitinho era tudo de bom! Infelizmente a gente tem muita dificuldade, muita, sabe? **A rede não funciona, a verdade é essa.**”

Quando essas crianças chegam pra gente, na maioria das vezes chegam... **tem algumas que vem com algum problema de saúde, que a gente não consegue identificar de imediato por conta da morosidade do sistema, entendeu?** Aí a gente vai... por exemplo, nós lidamos com crianças que tiveram... que tem histórico de rua. Então essas crianças na rua, sabe Deus o que elas passaram. Então quando chega na casa, **deveria ser prioridade a gente chegar com eles num hospital de referência e solicitar os exames básicos pra identificar se essa criança tem HIV, se essa criança tem sífilis, se ela tem um HPV, não é?** Eu acho que seria... teria que ser prioridade, mas você enfrenta uma burocracia pra conseguir isso na maioria das vezes. [...] E sou bem sincera, não... “Eu preciso da vaga. Essa escola é a escola mais próxima da casa, então se a criança tem direito a estudar na comunidade é aqui nessa escola que ela vai estudar! ”. **Aí na maioria das vezes nós somos barrados, né?** Então aí eu vou pra Vara da Infância... faço uma solicitação aqui, levo pra Vara da Infância e lá o juiz me dá uma determinação, aí eu trago, vou na escola e **aí a vaga que não tinha aparece com a determinação do juiz, entendeu?** (Coordenadora 1).

Uma questão muito importante dessa fala da Coordenadora 1 é o fato de algumas pessoas ainda acharem que as crianças que estão em acolhimento são crianças que infringiram a lei de alguma forma, quando na realidade elas estão lá porque sofreram violação de direitos. Então essa desinformação acaba por acarretar problemas mais sérios como a burocracia e o preconceito do próprio sistema público escolar que tenta excluir essas crianças desse serviço. Ela coloca que **“toda criança e adolescente dá trabalho na escola, mas quando ele é de acolhimento é diferente”**, que ela é chamada várias vezes na escola por questões que normalmente são resolvidas de outras formas quando se trata de crianças que não tem o histórico de acolhimento. Essa não aceitação das crianças é colocada no trabalho de Acioli *et. al* (2018) como um grande problema, tendo em vista que a população ainda acredita que quem está nos abrigos são menores infratores. Essa é uma preocupação da Gestora da ONG que acredita que deva existir uma conscientização nesse sentido.

[...] a gente quer fazer esse reforço assim na parte conscientização e de entender tipo, existe muita desinformação relacionada a isso né? E... que criança que tá no abrigo é órfão, que criança que tá no abrigo é porque fez coisa errada né? **Se mistura muito com a ideia de criança e adolescente em conflito com a lei** (Gestora ONG).

Os entrevistados citaram outras demais falhas do sistema que serão discutidas a partir de agora. Uma questão citada pela Coordenadora 2, coordenadora de um abrigo em São Paulo,

foi o **distanciamento do judiciário** em relação à realidade dessas crianças, que mesmo com a periodicidade das audiências nos abrigos, a real situação das crianças ainda acaba passando despercebida aos olhos de quem toma as decisões.

[...] uma coisa que eu percebo, é que as vezes, os órgãos que cuidam das crianças... porque a gente é quem cuida diretamente, né? **Eles as vezes não tem muita noção, não só do que a gente passa, embora existam audiências concentradas frequentes e tudo mais**, é discutido de 6 em 6 meses cada caso que tá conosco. [...] . Mas o Ministério Público, ele não vai muito na casa do... da família da criança, pra realmente se dar conta do que é aquilo, como é que é a realidade né? (Coordenadora).

Isso foi ratificado na fala da Promotora que participou como convidada de uma reunião do Café com Adoção no dia 14/12/19. Em sua fala ela colocou que só era possível saber de certas particularidades do caso nas audiências, e que estas eram frias e muito corridas, ou seja, isso prejudicava o posicionamento do judiciário que precisa tomar decisões de extrema importância de forma imediata e muitas vezes tendo acesso a poucas informações, coloca que “só vivendo para saber” a responsabilidade que suas decisões carregam. Ela relatou que antes de ir à reunião, esteve presente em um evento no Conde com mulheres que foram separadas de seus filhos, por questões de dependência química, mas que estão fazendo tratamento para que assim possam retomar a uma vida normal e reaver a guarda de seus filhos. Como um desabafo colocou que essa era uma questão que a preocupava muito, tendo em vista que acelerar a destituição para entregar as crianças à adoção pode levar a tomar decisões erradas com as mães. O que parece certo a ser feito de imediato, pode ser que não dê certo posteriormente.

Outro ponto citado pelos entrevistados foi a **morosidade do processo**, principalmente no sentido de que se os acompanhamentos ocorressem da forma mais célere possível, o tempo de no máximo dois anos de permanência de uma criança nos abrigos seria respeitado, visto que audiências ocorrem periodicamente nas instituições de acolhimento.

Essa questão por sua vez toca em outro problema que é a **falta de pessoal** para a operacionalização do sistema, os problemas em sua maioria estão interligados e giram em torno da falta de efetividade e de um fazer na prática o que já escrito. Essa questão também foi comentada na reunião Café com Adoção do dia 09/04/19, na qual um casal de pretendentes, que havia passado recentemente pela entrevista na Vara da Infância, colocou que a equipe era de fato muito pequena e nitidamente desmotivadas e sem preparo para recebê-los.

[...] a questão da **morosidade do judiciário**, de faltas de equipes né? Por que que demora o judiciário? Porque falta equipe pra isso, porque tipo **tá se colocando recurso cada vez menos na assistência social sabe? E alocando cada vez menos gente pra fazer essa parte...** (Gestora ONG).

E que, em conjunto, isso não ‘tá funcionando muito bem, porque não é possível que uma criança passe dois, três, quatro, cinco anos numa casa de acolhimento. **Chega**

pequena e, às vezes, entra na adolescência, e... enfim, não foi dado um destino pra ela, seja voltar pra família biológica, ou então conseguir uma família substituta por meio da adoção (Pretendente 4).

Por exemplo, lá em Sapé tem 2 crianças destituídas há 2 anos que não estavam no Cadastro Nacional. **Mas por falta de que? De técnico, gente!** [...] Elas não tinham visibilidade no Cadastro Nacional, então elas iam ficar adultas lá, entendeu? [...] É isso que a gente percebeu muito, que a estrutura do judiciário, a parte técnica, de você alimentar sistema, a parte técnica de dar assistência às comarcas pequenas. [...] As casas de abrigo... as casas de acolhimento todas cheias, **pra você ver quem tá apto pra adoção é a minoria.... são processos que tão correndo há um tempo. Mas é porque falta estrutura do judiciário mesmo** (Pretendente 3).

A fala do Pretendente 3 se relaciona com o trabalho de Ferreira (2014b), que coloca que na maioria dos abrigos, ainda existem um grande número de crianças invisíveis, ou seja, que não constam no CNA e acabam por passar suas vidas todas nessas instituições por não terem sido cadastradas.

Então, a gente **tem um aparato tecnológico muito bom**, que ‘tá até melhorando, pelo que eu soube. Agora, o cadastro vai virar um sistema integrado nacional. **Mas, assim, não adianta nada você ter uma tecnologia de ponta, se as pessoas que tão operando não alimentam o sistema** (Pretendente 4).

Ainda com relação à equipe de trabalho, alguns entrevistados falam da falta de capacitação, como também de motivação dos funcionários. Isso fica claro na fala da Gestora da ONG Adoção Tardia, que coloca que “falta equipe, falta treinamento, falta... não sei, **vontade** as vezes”. Pensamento este, confirmado pela fala da Presidente do GEAD-JP.

Na verdade assim, **se as equipes fossem mais preparadas né?** Desde a equipe que recebe essa criança, como a equipe... que é no caso na casa de acolhimento, como essa equipe do TJ, essa equipe do MP... que esse processo pudesse caminhar de forma mais... menos... com menos lentidão. [...] **Se essa equipe que recebe no abrigo e não faz todo esse trabalho da forma que é, essas crianças ficam vulneráveis, à mercê da sorte e ficam dependendo que justamente as pessoas façam seu trabalho de forma correta pra poder eles não ficarem tanto tempo sendo filhos do governo** (Presidente GEAD-JP).

Em sua fala podemos perceber o quanto o sistema e seus atores são interligados e que seus papéis influenciam as atividades dos outros agentes de maneira crucial. Então, caso um funcionário não desempenhe seu papel de forma correta, isso acabará afetando todo o sistema de adoção.

Infelizmente eu vejo que é a **desorganização. A estrutura precisa ser muito mais organizada, as equipes precisam realmente querer fazer acontecer**, porque cada vez que um técnico deixa de cadastrar uma criança ou um adolescente que tá disponível, ou uma família que esteja disponível, o processo que fica lento na habilitação... **tudo isso influencia o processo**. Então é um comprometimento, na verdade, de um modo geral (Presidente GEAD-JP).

A Gestora da ONG fez um relato interessante sobre como as informações se perdem ao longo do processo e as falhas na comunicação são responsáveis por grande parte das disfunções do sistema. Ela conta que a ONG Adoção Tardia foi convidada a produzir um vídeo para o aplicativo Adoção do TJ do Rio Grande do Sul. A ONG gravou, fez todo o processo de edição e enviou ao abrigo. Depois de meses o pessoal do abrigo havia perdido o link, a gestora faz esse relato com certa revolta como pode ser visto na fala a seguir.

O abrigo perguntou “Ah, a gente perdeu o link, vocês podem mandar de novo? ”, e assim era um vídeo de um menino de 13 anos, que era pra ir pro aplicativo, que era porque ele tava aguardando pra ser... tipo ele queria ser adotado, era o sonho da vida dele ser adotado. Daí “Ah, a gente perdeu o link! ”, isso significa que não tá no aplicativo ainda, a gente mandou o link... aí agora tipo, esses dias me ligaram falando “Aí é aqui do abrigo, a gente recebeu uma **ordem judicial** esses dias e a gente tem que mandar o vídeo pro Tribunal de Justiça”, aí eu disse “Meu Deus, faz 6 meses que a gente mandou o vídeo! ”, sabe? Como é que... que acontece isso sabe? **É uma vida de uma criança que tá em jogo**, sabe? Tu tem que mandar no dia o link. E aí eu não sei se teve uma troca de funcionários no abrigo, e aí o negócio é isso assim, tipo parece que não... **é responsabilidade de todo mundo e não é de ninguém** (Gestora ONG).

Uma possível justificativa para essas questões que também aparece nos discursos, especialmente dos pretendentes, como uma falha do processo é a **falta de prestígio da Vara da Infância e Juventude** perante outros órgãos do judiciário. Isso também foi discutido nas reuniões do Café com Adoção dos dias 09/04/19 e 14/12/19 captadas na observação participante, nas quais um dos pretendentes havia participado da entrevista com a Vara recentemente e comentou sobre a sua estrutura comparada aos outros prédios da justiça, colocando-a como desvalorizada perante os outros interesses jurídicos. Essa observação desencadeou discussões a respeito da desvalorização do Direito da Família dentre os outros, o pretendente aparentava falar com convicção, tendo em vista a sua formação ser na área de Direito.

Outro episódio captado pela observação participante foi na reunião do dia 14/12/19, na qual a Promotora, que estava participando como convidada, ficou bastante revoltada com o relato de uma das pretendentes quanto às dificuldades que rodearam seu processo, em especial o fato de que a criança não estava cadastrada no CNA. A promotora comentou que devido ao fato de em cidades de interior existirem apenas comarcas únicas, algumas pessoas acabavam por ter descaso com certas situações da infância e também que é comum pessoas de dentro do judiciário “odiarem” a infância e não se importarem com suas questões.

Agora, é... me parece que, não sei, talvez seja um... **uma atribuição de prestígio diferenciado, que me parece ter, à Vara da Infância em relação as outras varas, dentro do sistema do Judiciário**. Não é? Que não se... que não é específico da Paraíba, mas é no geral. Então, isso pesa bastante, e tem desdobramentos em todos os níveis e agentes que atuam nesses níveis que compõem o sistema de adoção (Pretendente 5).

[...] ela é muito desprestigiada com relação a outros ambientes do Judiciário, até na própria estruturação física do espaço. **Você vai na Vara da Infância, ela não parece com outras varas, em termos de qualidade do mobiliário, a iluminação, ar condicionado, tudo mais.** Então, **isso reflete também assim, o quanto a Infância é pouco valorizada**, o cuidado com a infância na nossa própria sociedade (Pretendente 4).

Outro ponto negativo citado pelos respondentes foi a **burocracia do processo**. Essa burocracia é justificada como zelo e proteção que o judiciário tem em questões que envolvem a criança e o adolescente, o que é inquestionável. Porém esse fato acaba resultando em uma espera angustiante por parte dos pretendentes, que podem desviar do caminho da legalidade e partir para uma adoção direta.

Na prática, a gente percebe que as pessoas participam disso, estão habilitados, **mas às vezes eles buscam a adoção ilegal. Porque, na angústia de esperar**, eles vão atrás de mulheres que estão grávidas, terminam... tipo assim, assediando, acompanhando, oferecendo pra acompanhar, pra depois ficar com essa criança (Promotora).

O cadastro foi um instrumento muito válido, né? Pra forma como estava sendo, mas que é um instrumento que **tem muita burocracia dentro... e aí as pessoas continuam fazendo via... sem ser via judicial né?** (Conselheira).

O processo foi nojento! **O pessoal desiste no começo já**, muita gente (Adotante 2).

A prática da **adoção direta** é inclusive pelo senso comum que classifica como muito mais prático do que enfrentar as burocracias exigidas pela Vara da Infância e Juventude, e que continua sendo uma boa ação, tendo em vista que o pretendente estará retirando a criança de uma situação vulnerável. É uma prática ainda tão comum que quando os pretendentes manifestam que estão no processo, os próprios familiares e amigos sugerem essa opção como um caminho alternativo à espera na fila. O que acaba sendo outro sentimento que os pretendentes precisam lidar ao estarem no processo de adoção.

“Mas basta ir... tem tanta pessoa que quer dar a criança, e é certo...” [...] “Ah, não sei aonde tem...” Por exemplo, **minha tia**, logo que a gente entrou na fila... uns poucos meses depois, ela disse assim “Ah, tem uma menina, (era até de outro país, um negócio assim, uma brasileira que tem...) Olhe, porque você não quer?” Aí eu, “Tia, não.” Aí, “Mas, não. A menina é linda, branca...” Ainda tem o racismo aí, né? Aí eu, “Tia, desse jeito não. Não é assim que eu quero ser mãe.” Aí ela “Tá certo.” (Pretendente 4).

Segundo Ferreira (2014a) existe uma rede informal de pessoas, chamadas cegonhas, que praticam a adoção direta por acreditarem que estão salvando fetos de um possível aborto. Ele também coloca que os grupos de apoio à adoção são atores importantes na reeducação da sociedade com relação a essas adoções ilegais.

[...] não tem como você dizer a toda mãe que tem a consciência de entregar o seu filho pra adoção, que venha direto aqui, porque **sempre aparecem pessoas por trás que impedem pra que venham pra cá** (projeto Acolher) (Promotora).

Outro ponto com relação à adoção direta, é que a mesma pode ser ratificada pelos meios legais depois de certo tempo, o que acaba retirando o peso de ser um crime ou uma ação errada a se tomar. A Justiça muitas vezes fecha os olhos para a prática errada visando manter a criança em uma situação favorável a ela.

As pessoas sabem o caminho legal, sabem sim, com certeza sabem. E a gente percebe que é justamente porque **elas estão acostumadas a fazer isso, e achar que depois a Justiça vai ratificar o que estava errado**. E, de certa forma... de certa forma, Justiça nenhuma vai passar... vai, depois de dois anos que 'tá uma criança com um casal, vai simplesmente dizer "Não, você começou ilegal, eu vou tirar." Porque no momento em que você vai pesar o que é que é mais importante, se é pros adotantes, as pessoas adotantes, ou pra aquela criança, **evidentemente que a gente vai ter pensar no melhor interesse dela**, porque é um princípio que a gente tem que seguir por ele, né? (Promotora).

É necessário **diminuir a chamada adoção direta** né? Não é vedar, pra este caso, que isso é perfeitamente explicável, não pode ser a regra, não pode ser um... mas enfim... uma política pública de incentivo a adoção é... não generalizada... (Desembargador).

É necessário ressaltar os aspectos relacionados à **integração dos atores do sistema**, que ao mesmo tempo que foi apontada como essencial para o funcionamento, como cita o Juiz "De certa forma, **todos trabalham irmanados**" e a Coordenadora 2 "Olha, eu acho que não tem um que mais a gente interage, **a gente interage com todos**." Em contrapartida a falta de integração dos atores foi analisada como uma falha recorrente pelos entrevistados.

[...] **não é uma rede que trabalha integral**. Precisa ter essa integração o conselho tutelar faz o seu papel e diz assim "Pronto eu já fiz o meu papel, eles que se virem", o judiciário acompanha, mas não acompanha diretamente no dia a dia dessa criança, só através das audiências né? [...] **então assim eu acho que se a gente trabalhasse todo mundo integrado, eu acho que a coisa melhorava**. Ia melhorar, no caso, lá na frente (Conselheira).

[...] falta comunicação assim, eu acho que basicamente falando, **falta articulação entre as pessoas. O abrigo não fala direito com o Tribunal, que não fala direito com sei lá mais quem**, sabe? (Gestora ONG)

Então é fundamental também, então todas essas pessoas fazem parte de toda essa conjuntura né? **Porque a gente não trabalha isolado, individual, todos fazem parte desse processo**. [...] a gente vê que quando há união e quando há interesse de se fazer algo, com certeza o trabalho é muito bem desenvolvido (Presidente GEAD-JP).

[...] talvez as vezes **falta pouco mais de interação de uma comarca com outra**, que talvez isso agora vá mudar com a implementação desse novo sistema (Juiz).

Esse ponto é um dos principais aspectos que relacionam o sistema de adoção com um sistema complexo citado no referencial teórico, por ser uma questão interligada com vários pontos a serem melhorados e difíceis de serem definidos, visto que diversos fatores interdependentes que os causam (KENNEDY; PARSONS, 2012). Como já citado nessa seção de falhas, os atores trabalham tão interligados e suas atividades são tão interdependentes que

qualquer erro em alguma fase do processo, pode resultar em uma grande perda na vida daquela criança que espera uma possibilidade de ter uma família. Esse tipo de perda já acontece na realidade, como exemplo podemos citar duas crianças que estavam destituídas em um abrigo em Sapé, interior da Paraíba, porém não estavam inseridas no Cadastro, ou seja, sem visibilidade, por conta de uma falha da equipe técnica. Tendo isso, fazemos uma reflexão de quantos casos como esses podem estar ocorrendo hoje no Brasil e o relógio que gira negativamente para essas crianças continua a girar, as impedindo de um convívio familiar tão esperado.

Outro ponto que é importante ressaltar é a questão dos **egos**, que foi citada na fala da Gestora da ONG Adoção Tardia. Podemos supor que isso ocorre também pela já comentada falta de prestígio da Vara da Infância e Juventude com relação as outras instituições do judiciário, tendo isso os atores buscam o reconhecimento a todo custo, o que acaba afetando o sistema, que deveria ser holístico e integrado como é visto em Kennedy (2016).

Por que que não é um aplicativo único? Aí é outra questão também. **Que eu acho que tem muitos egos envolvidos nessa área assim, né? Todo mundo quer ter o seu aplicativo, quer ter a sua ação, quer colher os louros sabe?** Eu acho que essa é uma questão que também nos toca assim (Gestora ONG).

Fazendo uma relação dessa fala com a falta de integração dos atores citada anteriormente, podemos refletir sobre até que ponto essa falha pode ser proposital, para demonstrar algum tipo de destaque nacional, que é o que realmente ocorre. Esse tipo de destaque foi percebido pela pesquisadora em novembro de 2019, quando foram veiculadas em várias fontes e redes sociais a atuação da juíza Lívia Zwetsch, que acelerou os processos de adoção de sua comarca em Santa Catarina (MPMT, 2019). Inclusive a contatamos para uma entrevista, porém não obtivemos sucesso. A Coordenadora 2 também coloca que a juíza de sua comarca trabalha de forma mais ágil em relação a outras comarcas.

[...] por exemplo, a Vara da Infância, que é a nossa referência, e no nosso abrigo em particular, tem uma questão **da nossa juíza ser mais ágil, no que se refere... tanto na reintegração como na adoção**. Embora em muitos casos, a grande maioria deles, são de crianças que as mães não têm condição de cuidar nem delas (Coordenadora 2).

Outro ponto que surgiu na observação participante foi o estímulo da promotora aos pretendentes, para que estes fizessem proposições e sugestões ao judiciário, tendo vista que a mesma não poderia interferir no trabalho dos colegas, nem mesmo dando sugestões, pois seria considerada “bisbilhotando” o trabalho alheio. Ela fez esse comentário mais de uma vez, ao mesmo tempo que incentivava os pretendentes a se movimentarem em prol de seus direitos. Isso mostra a dificuldade de integração entre os agentes do próprio judiciário, que não podem

dar *feedbacks* sobre as atividades de outros funcionários, porque isso causaria um mal-estar na relação profissional dos mesmos. A Adotante 1 comenta também sobre possível concorrência entre comarcas, como visto na fala a seguir.

Não se comunicam. Pedras de Fogo pertence aqui, mas não tem comunicação daqui com Pedras de Fogo. **É como se existisse uma concorrência. Não existe, não tem comunicação, de jeito nenhum...** (Adotante 1).

Observando essa realidade e com base em tudo que já foi falado até agora podemos elencar a falta de colaboradores, a falta de preparação técnica e a falta de motivação da equipe, como as barreiras causadoras de todas as outras disfunções do sistema. Fazendo uma reflexão utilizando as “técnicas” do macrossocial, poderíamos dizer que aqui caberiam estratégias de *up* e *midstream*, por se tratar de agentes do governo. Algumas dessas possíveis estratégias foram sugeridas pelos próprios entrevistados e serão apresentadas nas seções a seguir.

Na presente seção evidenciamos as falhas do sistema na visão dos entrevistados. Foi citada a falta de proteção e de incentivos nas bases da sociedade, o que ocasiona as diferentes motivações que levam mães não serem capazes de cuidar de seus filhos. Isso leva à uma reflexão de que a legislação prevê algo que ela não consegue garantir, que é a convivência familiar, tendo em vista que o Estado não proporciona uma rede de apoio a essas famílias para que sejam capazes de atender as necessidades de seus filhos. Analisando na ótica de como o marketing poderia auxiliar, vemos a necessidade de elaboração e divulgação de campanhas relacionadas à contracepção e também a disseminação de protocolos informativos sobre como proceder caso a mãe sinta a necessidade de doar os filhos. Uma maior visibilidade do Projeto Acolher, seria de grande valia para a auxiliar essas mulheres que muitas vezes entregam seus filhos em troca de dinheiro. Também se faz necessário a veiculação de campanhas que estimulem a denúncia de agressão, maus tratos e/ou negligência infantil, que ajudem a identificar o mais rápido possível para que essa criança esteja protegida.

Como já havíamos encontrado na literatura, os abrigos não são positivos para o desenvolvimento cognitivo e emocional das crianças, tendo em vista a baixa quantidade de funcionários. Esses funcionários se encontram sobrecarregados e desmotivados, mesmo acreditando na causa e sabendo da sua importância na vida daquelas crianças. Questões como a falta de prioridade nos atendimentos às crianças nas instituições de acolhimento poderiam aumentar o bem-estar das mesmas nos abrigos. Então um acesso prioritário ou facilitados dessas crianças à saúde, incluindo acompanhamento psicoterápico, e educação já faria grande diferença na situação encontrada nos abrigos que dependem do Estado e município hoje.

O distanciamento do judiciário da realidade das crianças em situação de acolhimento pode alimentar a ilusão de que os abrigos são locais em que as crianças estão protegidas. De fato, podem estar longe de maus tratos e agressões, porém os déficits na aprendizagem, como também na parte social dessas crianças são marcas que as acompanharão por bastante tempo. Com a criação de equipes de busca ativa das famílias biológicas pelo judiciário, provavelmente as decisões, especialmente de destituição familiar, seriam tomadas de maneira mais ágil, diminuindo o tempo de estadia das crianças nas unidades de acolhimento. Essa equipe também poderia ter outra função, como buscar pretendentes para as crianças que estão fora do perfil pretendido, trabalho feito atualmente pelos grupos de apoio à adoção. Esse repasse de atividades poderia fazer com que os GAAs atuassem em outros *gaps* do sistema, como no suporte aos pretendentes e adotantes, que é algo mais subjetivo e envolve questões mais emocionais, função esta que não necessariamente cabe à Vara da Infância e Juventude. Outra sugestão é que haja, pelo menos algumas vezes ao ano, uma priorização dos processos relacionados à adoção nas Varas, diminuindo a burocracia em certos encaminhamentos e visando um certo adiantamento das decisões que acabam por fazer com que as crianças passem do perfil e também sejam prejudicadas pela estadia prolongada nos abrigos.

A falta de prestígio da Vara da Infância e Juventude também foi evidenciada pelos pretendentes, o que pode ser uma das causas para a falta de motivação de seus funcionários, então iniciativas de reciclagem das equipes já existentes, bem como um aumento de grupos de trabalhos, como as equipes de busca ativa citadas acima, poderiam trazer novo ânimo aos funcionários. Outra questão evidenciada foi a falta de integração dos atores, que acaba por ocasionar disfunções. Traçar estratégias de comunicação entre os principais atores do processo poderiam trazer uma maior agilidade nas atividades do sistema.

Entretanto também foi visto que, em especial, dentro do judiciário existe o fator “ego” que se apresenta como uma questão subjetiva e difícil de ser gerenciada. Segundo os entrevistados, o direito da infância já não é reconhecido e prestigiado entre as outras áreas do Direito, então cada gestão busca se diferenciar da anterior, não dando continuidade às práticas previamente instauradas. A falta de interação com outras comarcas para *benchmarkings* ou possíveis parcerias permanentes, podem sinalizar como o ego afeta as relações entre os atores, o que acaba por prejudicar a questão holística que deveria se apresentar nesse sistema, que se propõe a ser nacional.

A adoção direta se apresenta como um dos sistemas de marketing negativos a ser combatido pelas ações de marketing macrossocial. Esse sistema negativo é responsável por influenciar escolhas erradas dos pretendentes de forma consciente (KENNEDY; PARSONS,

2012; KENNEDY, 2016; TRUONG, 2017). Atuar nas disfunções de modo a dar celeridade aos processos de adoção são de fundamental importância para a diminuição do descompasso nesse sistema, entretanto é necessário atuar também na desconstrução dessa prática considerada negativa pela legislação atual. Como foi visto anteriormente, na ilegalidade existe literalmente um mercado de crianças nas quais existem trocas monetárias, o que desrespeita tudo o que é proposto pelo ECA. Por isso são necessárias alternativas nas legislações prevendo punições para esse tipo ação, que hoje acaba sendo ratificada pelo judiciário visando favorecer a criança, não a retirando daquela família que realizou a adoção direta. O fato de não existir nenhuma ação punitiva faz com que outros casais que estão na fila há mais tempo, por exemplo, busquem essa alternativa por enxergar nela um caminho mais fácil do que o tempo de espera do Cadastro. Tendo essa visão geral das opiniões dos entrevistados com relação aos aspectos negativos encontrados no sistema, seguimos para os pontos positivos e sugestões de melhorias.

4.1.3 Pontos positivos e sugestões

Neste ponto veremos os aspectos positivos apontados pelos entrevistados com relação ao sistema de adoção no Brasil, que segundo os entrevistados devem ser mantidos como estão. Como também serão explicitadas as sugestões de melhoria ao sistema citadas tanto pelos agentes do sistema, como pelos pretendentes. Essas informações serão consideradas ao discutirmos as estratégias de melhoria do sistema na próxima sessão da pesquisa.

Falando sobre as **facilidades** do processo hoje, muitos entrevistados sentiram dificuldade ao responder esse questionamento, principalmente depois de passarem grande parte do tempo comentando sobre as falhas encontradas. Foram citadas questões como segurança, rigor e critérios claros para adoção como questões que deveriam ser mantidas.

E a vantagem é exatamente da **segurança**, porque hoje ninguém... não é questão de ser superior financeiramente a uma outra pessoa que você vai poder adotar na frente, aqui não tem isso. [...] O que importa é saber se aquele casal foi avaliado e foi aprovado pela equipe técnica para a maternagem e paternagem, caso contrário ele não entraria no sistema, no cadastro (Juiz).

A fala do Juiz se relaciona com o que Ferreira (2014a) coloca como um dos fatores que torna o processo legal de adoção mais democrático, tendo em vista que o critério principal é a ordem da fila.

Nós temos assim, antigamente era uma coisa feita mais de qualquer jeito, hoje não. Hoje já é um **sistema bastante rigoroso**, já é um... são estudos e estudos que são feitos entendeu? Pra poder... são várias escutas pra poder essa criança ter uma estrutura psicológica e emocional pra ser recebida na família (Coordenadora 1).

Tem critérios claros, né? Essa coisa de priorizar, então, primeiro tantas crianças disponíveis, ver na cidade dela, não tem, ver no Estado dela, não tem, pra poder ver nacionalmente. Então, assim, **é bem pensado...** (Pretenente 4).

Alguns comentaram positivamente sobre a estrutura do processo, principalmente quando comparada ao que acontecia no período anterior ao Cadastro e sobre uma visão positiva da possibilidade de evolução do que já está posto. Aqui vemos que a percepção dos entrevistados a respeito da evolução do processo acaba por ter sido positiva. Outra vantagem citada pela Coordenadora 2 foi a “**multidisciplinaridade** de atores dentro do processo. Acho que isso é uma coisa bastante legal, né? ”. Sendo ratificada pela Promotora que coloca que “é como se esse fosse 60% da equipe inter profissional... e 40% da parte jurídica”.

Eu acho que o processo hoje atende às expectativas. Eu acho que tá indo bem da forma como... tem essas pequenas falhas, que eu acho que precisam ser corrigidas. Mas o que a gente comentou também na última reunião. É que **já foi bem pior**, que hoje eles têm uma equipe que tenta fazer de tudo pra dar o melhor, pra organizar da melhor forma. Então assim, dessa forma eu acho que vai indo, vai caminhando. **Eu acho que aos poucos as coisas vão melhorando**, melhorando né? (Pretenente 2).

[...] **não é 8ª maravilha do universo, mas melhorou pra caramba, tá?** É a mesma coisa, é uma área que evoluiu muito a legislação, continua em evolução é... um processo. A lei tem mudado e mudado pra melhor, com coisas pra agilizar e com certeza se forem mexer sempre vai existir mais coisa ainda. A própria humanidade vai evoluindo, a norma deve acompanhar... por exemplo, não podia fazer adoção pra homossexual, foi sendo liberado [...] e a tendência é que a sociedade, que a lei realmente espelhe aquilo que é a convivência... **a lei deve acompanhar o fato social**, só isso (Desembargador).

Visando envolver as partes interessadas na criação de estratégias que tornem o sistema de adoção mais holístico e positivo a todos que estão inseridos nele (KEMPER; BALLANTINE, 2017). Questionamos os entrevistados sobre as alterações que fariam caso tivesse o poder para realizá-las. Os mesmos deram sugestões que serão explicitadas a seguir.

Uma prática modelo citada pelo Juiz e a Coordenadora 2 foi a questão da **família acolhedora**, que é bem comum no processo de adoção estadunidense e que está iniciada no Brasil, em especial na região Sul. Os mesmos afirmam ser uma alternativa melhor para as crianças do que o acolhimento em abrigos e que essa prática permitiria ao judiciário prestar serviços de mais qualidade às famílias dessas crianças, com isso havendo maior possibilidade de reintegração familiar. Essa modalidade de acolhimento também foi apontada por Acioli *et. al* (2018) como uma das mais favoráveis ao desenvolvimento das crianças, visto que estarão em um convívio familiar, mesmo que temporário.

E a família acolhedora não, é uma família que se cadastra e recebe uma criança e por aquela criança ela tem uma contraprestação pecuniária [...] **A família acolhedora não pode adotar. Ela acolhe para posteriormente entregar para adoção.** A gente contata essas famílias que já estão previamente cadastradas, elas passam por uma

preparação também, todo um processo de avaliação e ela fica com essa criança criando como se fosse um filho, mas sabendo que não pode criar um vínculo afetivo muito forte a ponto de querer adotá-la, é proibido. É uma espécie de apadrinhamento, só que o apadrinhamento você não tá morando com a criança (Juiz).

Na verdade, uma coisa que a gente tá tentando trabalhar um pouco, que existe bastante no Sul já é a família acolhedora, o serviço de acolhimento familiar. [...] porque **hoje a gente cuida muito mais do bebê do que da família**. E como o serviço é de acolhimento familiar, acho que a gente vai ter mais possibilidade de **cuidar família de origem, do que da criança, porque tem uma outra família cuidando temporariamente dessa criança** (Coordenadora 2).

Focando agora na questão das **equipes**, alguns entrevistados citaram possíveis novos grupos de trabalho que auxiliariam a celeridade do processo. Como uma equipe do Ministério Público que se aproximasse mais da realidade das crianças, que foi uma falha citada pela Coordenadora Ana, e também uma equipe da Vara da Infância e Juventude que fosse focada em realizar o trabalho de busca ativa das crianças no Cadastro ou nos abrigos, como colocado pela Promotora.

Mas eu acho que o Ministério Público talvez tivesse que ter uma ação, ou pelo menos **designar pessoas que efetivamente pudessem ir juntos com a gente**, sabe? Fazer essas visitas, pra gente ter um embasamento muito mais... um olhar de todo mundo e ser... [...] pra gente poder **ter uma coerência maior em termos de ações em relação aquela criança** (Coordenadora 2).

Se houvesse assim, um trabalho de busca ativa... se tivesse um **grupo de busca ativa**, por exemplo, no Estado, né? [...] e ele trabalhasse especificamente com isso. [...] Então, eu acho que se houvesse uma equipe exclusiva pra busca ativa **a gente evitaria muito com adoção ilegal**, evitaria bastante (Promotora).

A equipe do Ministério Público que ficasse responsável por fazer as visitas de busca ativa às famílias, poderia trazer maior agilidade às questões relacionadas a destituição ou reintegração familiar, que são o início do processo de adoção, no qual encontramos o principal gargalo. Enquanto que a equipe de busca ativa atuaria fiscalizando possíveis não cadastramentos de crianças no Cadastro e sendo essa ponte entre os pretendentes com o perfil mais flexível e crianças que estão fora do perfil desejado.

Além disso, foram citadas a necessidade de formação, gerenciamento e aumento dos grupos de trabalho que já existem nas Varas da Infância e Juventude, em especial pelos pretendentes, que na seção de Críticas e Falhas deixaram claro a dificuldade de relacionamento com esse ator tão relevante do processo.

Como a gente sabe que não só na Vara da Infância, mas em outros sistemas que são muito bem idealizados, na teoria, mas que, para ser posta em prática tal e qual foi idealizado, **precisa de muito investimento, sobretudo em pessoas**. [...] claro que ela (tecnologia vem pra somar, pra ajudar, mas precisaria investir mais em pessoas, em **pessoas comprometidas, que tenham gestores que realmente botem aquilo pra funcionar** (Pretendente 4).

Acho que **ampliar a parte técnica das Varas de Infância**. Eu acho que isso aceleraria o processo (Pretendente 3).

Deveria melhorar a alimentação de **informações** nos bancos de dados (Pretendente 2).

Uma questão que foi muito citada na seção de Críticas e Falhas do sistema foi a necessidade de integração entre os atores, porém que muitas vezes não acontece de uma forma eficaz nem dentro das próprias equipes de trabalho nem com relação a outros agentes do sistema. Uma sugestão da Promotora foi que existisse um contato maior do juiz da capital do Estado com outras comarcas da região, especialmente em busca de crianças que estivessem disponíveis para adoção, o que facilitaria o andamento da lista tanto de pretendentes quanto de crianças habilitadas.

Eu acho que no processo de adoção seria muito interessante, em primeiro lugar, **se houvesse uma coisa interligada, principalmente assim, dentro do Estado**. [...] Só que, se aquele interior fizesse contato, por exemplo, com outros municípios do estado, que tivesse uma lista maior, aí eu acho que a fila andava mais. [...] o Juiz da Infância da Capital, se ele tiver uma articulação com todo o pessoal que trabalha na área de Infância do Estado, se tivesse esse contato mais frequente, evidentemente surgiam mais crianças (Promotora).

Falando de rapidez e celeridade, esses também foram pontos citados nas falas da Gestora da ONG Adoção Tardia, que coloca que “se eu pudesse mudar, colocaria **mais agilidade, mais informação, mais formação...** assim né, total uma visão minha. ”. E também na fala da Promotora que afirma que “Se os encaminhamentos fossem **mais ágeis, mais rápidos** também. Porque aí a gente definiria mais rápido a situação jurídica da criança. ”. Essas sugestões reafirmam a morosidade do processo, que parece não estar relacionada somente aos processos de destituição familiar.

A questão do compartilhamento de informações também aparece como um ponto a ser melhorado tanto internamente, como já citado na fala da Gestora da ONG, como com relação ao atendimento as pessoas e famílias interessadas em adotar. A Pretendente 1 coloca que com uma maior divulgação de informações mais claras a respeito da adoção, como também dos grupos de adoção, pessoas que sentem o desejo se sentem mais propensas a adentrarem na causa.

E a questão da sociedade, o preconceito, **a falta de informação**, mesmo, acho que se tivesse grupos assim como o GEAD, e a divulgação maior do GEAD, eu acho que as pessoas iam ter assim, mais facilidade para encontrar as coisas. Tem gente que quer. Tá eu... desde que tenho esse desejo de adotar, **eu sempre pesquisei, mas não me sentia segura coma as informações** (Pretendente 1).

Outro ponto que foi sugerido pelo casal que já havia finalizado o processo, foi que deveria existir um acompanhamento da Vara da Infância e Juventude no momento de pós-adoção, tendo em vista que eles passaram por diversos problemas com o filho recém chegado e não tiveram nenhum suporte.

Eu acho que eles deveriam ter mais **acompanhamento**. Não é porque saiu a Guarda que... acabou. Independente de ser qual a comarca que você adotou, eu não resido em João Pessoa, eu acho que **a gente deveria ter tido uma assistência maior aqui de João Pessoa. E nós não tivemos, nenhuma** (Adotante 1).

O suporte aos pretendentes de fato não acontece, como também não existe nenhum processo de avaliação de desenvolvimento das crianças depois que estão em família substituta, o que não condiz com a burocracia e zelo dispendido no início do processo.

Falando de sugestões de melhoria relacionadas às crianças, foram citadas a necessidade de acompanhamento psicológico e também de assegurar a prioridade no direito de saúde e educação das mesmas. Principalmente com relação à ineficiência dos serviços públicos as crianças acabam prejudicadas. Sobre isso a Coordenadora 1 coloca que “que as crianças daqui que são atendidas pelo SUS não gostam dos atendimentos. [...] Por causa disso, é uma coisa muito sabe? **Superficial**. ”.

Eu gostaria que essas crianças passassem por um **processo de terapia psicológica**, certo? Um processo de **avaliação sistemática** e assim, que fosse garantido isso. [...] Então assim, dentro do sistema de... da rede de proteção, não existe um trabalho pra essas crianças, então o que eu mudaria é... garantir esse processo da equipe, desse apoio psicológico, porque a criança precisa (Conselheira).

Se eu tivesse esse poder, essa abertura de chegar lá na Secretaria de Saúde... o que eu acho é o seguinte... isso eu defendo desde que entrei no acolhimento. **Eu acho que a criança quando ela está em acolhimento, ela já passou por tantas coisas... então eu acho que deveria ter uma prioridade, entende? Deveria ser atendimento prioritário** (Coordenadora 1).

Com relação às vantagens do sistema, foram citadas a segurança proporcionada pelo CNA e o rigor de cumprimento das leis. Por exemplo, a fila é respeitada independente das condições financeiras ou outras questões inerentes aos pretendentes, além disso os critérios necessários para se iniciar e concluir o processo são claros. Outra vantagem citada, principalmente pelos atores do processo, foi a multidisciplinaridade das equipes técnicas, tanto do judiciário quanto dos abrigos que acabam por trazer um viés social e mais subjetivo às decisões do processo, tornando-o mais humano. Esse ponto também pode ser considerado um dos causadores da lentidão das decisões.

Os entrevistados sugeriram algumas mudanças, como a divulgação da modalidade de abrigo chamada “Família Acolhedora” e a criação de novas equipes, como as equipes de busca

ativa. Fora isso, foi sugerida a reciclagem de equipes já existentes, que poderia contar com cursos motivacionais, levando-as a conhecer os abrigos e lembrando-as a quem o seu trabalho favorece. Sugeriram também formas de estimular a comunicação entre as comarcas e entre os atores do sistema para que os processos ocorram com maior agilidade. Também foi recomendada a elaboração de diretrizes únicas com informações mais claras que facilitem as decisões no processo. Por fim, foi apontado como necessário o suporte pós-adoção, evidenciando que o zelo pela criança existe apenas no início do processo, tendo em vista que não são feitos acompanhamentos posteriores à adoção.

Tendo discutido esses aspectos relacionados a estrutura, crítica, pontos positivos e sugestões de melhoria, podemos seguir para a dimensão seguinte denominada Envolvimento e Subjetividade que nos trará uma visão das questões mais abstratas do processo de adoção.

4.2 Envolvimento e subjetividade

Essa dimensão tem o intuito de trazer os aspectos subjetivos que rodeiam o processo de adoção, a complexidade do tema e também analisar como se dá o envolvimento desses atores e pretendentes com a causa.

Ela atende a proposição do objetivo específico 2, que diz respeito à verificação de políticas e instituições existentes que visam à promoção da adoção. As perguntas que serviram de base para a construção dessa dimensão foram as perguntas de 1 a 4 tanto do roteiro de história oral quanto do de entrevista em profundidade, como também a questão 18 do roteiro dos agentes envolvidos. Outros aspectos também emergiram em perguntas que eram relacionadas à dimensão anterior, mas que estarão apresentados aqui. Itens como esforços pessoais e institucionais, integração entre os abrigos, significado da causa e outras questões subjetivas tais como os desafios e mudanças que a adoção proporcionou na vida dos entrevistados serão vistos a seguir.

4.2.1 Significado e motivação

Aqui serão colocadas as falas relacionadas ao significado que a adoção possui na vida dos entrevistados, de modo a buscar compreender seu envolvimento e engajamento com a causa que será visto mais à frente. Todos deram seus relatos, mas observamos que principalmente as entrevistadas que tinham um papel relacionado às ONGs ou trabalhos voluntários levantaram questões mais emocionais ao responder o que a adoção significava para elas.

Então a adoção pra mim é o **extremo máximo ato de amor**, né? De uma coragem e de uma amorosidade, de uma compaixão, de uma empatia, porque esse indivíduo e

esse casal, ou essa pessoa, que vai adotar essa criança, ela se coloca no lugar dessa criança (Coordenadora 2).

Adoção... não tenho nenhum caso na família, não tenho nenhuma vinculação nesse sentido, mas é uma questão que me toca muito... e eu penso que adoção é uma... **é uma nova chance** assim né? É uma nova chance de crescer ou... enfim de ter uma família sadia e com afeto, eu acho que **é uma alternativa quando... assim quando várias outras não se concretizaram, não deram certo** (Gestora ONG).

[...] pra mim adoção é algo muito maior de que simplesmente adotar um filho, uma criança. É adotar sua vida, é **adotar uma forma de viver** com qualidade de vida, com paz né? (Presidente GEAD-JP).

[...] adoção seria algo inerente assim ao **cuidar**, certo? A **escolha**, né? A opção de ser... de adotar uma criança, o preparo... Então assim, adoção pra mim é algo muito universal, que a gente tem que fazer com muito cuidado e muita responsabilidade para não magoar o outro que está nesse papel de ser adotado (Conselheira).

Porque eu vejo na adoção uma possibilidade de você unir... é o encontro da possibilidade com a impossibilidade, a possibilidade de quem tem filho e quer doar, com a impossibilidade de quem não tem filho, e por sua vez a possibilidade de quem pode receber esse filho com a impossibilidade de quem não pode criar seu filho natural. Então veja como isso é interessante (Juiz).

Isso também se deu com os pretendentes que, em sua maioria, emocionados relataram qual o sentido da adoção em suas vidas atualmente.

Bem, pra mim **é um encontro, sabe? É uma possibilidade. É um caminho**, né? Pra você estabelecer certos tipos de vínculos, né? No caso que a gente tá, é uma oportunidade pra você ter uma filiação. Mas, depois que eu entrei na fila, né? Pra tentar ser mãe por adoção, eu ressignifiquei a palavra. Então, **adoção pra mim também vale pra a gente adotar a gente mesmo, pra gente adotar o mundo que a gente vive, o nosso trabalho, os nossos amigos**. Então, passou a ser uma palavra que tem esse sentido, sabe? De você aceitar e possibilitar um encontro. Tanto com a gente mesmo, como pros outros, e o mundo (Pretendente 4).

[...] eu acho que é mais uma questão de um sentimento. Né? [...] Foi um interesse, no início, por egoísmo, mas depois se transformou num interesse bem... bem **sentimental**, mesmo. Assim, que **eu tenho comigo que por aí existe um filho meu, e eu preciso encontrar ele**. Não sei como, mas eu vou encontrar, eu sei que... (emocionada) que eu vou encontrar (Pretendente 1).

Adotar é isso (bastante emocionado), é entender que existe mais amor entre nós, que não é só pra nós dois, que cabe um terceiro ou um quarto nessa história, que cabe mais um, e que é como... nesta pessoa que vai chegar, a gente pudesse transbordar o nosso amor, enquanto pessoa, enquanto ser humano. Casar, **adotar é criar laços, adotar é criar história, adotar é continuar a história, adotar é esvaziar-se de si mesmo pra entrar um terceiro. Uma atitude que nos faz menos egoístas** (Pretendente 3).

Hoje significa uma **realização** pra mim, não que seja fácil [...]. Não é fácil. Mas, eu me sinto uma pessoa realizada, como se eu tivesse tido minha gestação natural. Sou mãe, sou... tenho dor de cabeça pra caramba... Entendeu? É muita coisa, de você ter de ficar em cima. Mas, **eu me sinto muito realizada, muito mesmo** (Adotante 1).

Outros agentes do processo responderam a essa questão de forma mais técnica e prática, não fazendo um relato que envolvesse o emocional.

Adoção, na verdade, ela é uma forma que se coloca uma criança ou adolescente num lar substituto, ou seja, o que é que significa em termos práticos né? É alguém que teve sua... que tem um pai e uma mãe, mas que não teve condições de criar e educar, nem a família biológica nem os seus... agregados, como se diz e... que é a família extensa, no caso. E aí quando não tem condições [...] a gente faz a colocação em família substituta, que não necessariamente através da adoção. (Promotora).

Pra mim a adoção é assim... o indivíduo tá fora do contexto familiar, ele precisa encontrar uma família, um lar né? Então isso na maioria das vezes é muito bom. Nós temos situações de crianças e adolescentes que foram adotadas, até grupo de irmãos e deu muito certo (Coordenadora 1).

Você tem várias maneiras de abordar... a principal, que me parece a preponderante é propiciar a oportunidade de conceder... de viabilizar a... que todas as crianças e adolescentes tenham direito a uma família (Desembargador).

Falando agora das motivações que levaram os pretendentes entrevistados a buscarem a adoção, estas apareceram como sendo diversas e não só a impossibilidade de gerar filhos, que é o que aparece como a motivação mais comum nas pesquisas.

[...] Nunca na verdade eu quis ter filho. [...] Quando eu pensei na possibilidade de adoção, primeiro foi pelo um ato de egoísmo meu. Né? De **não querer mexer no meu corpo**. [...] Realmente eu vi a sede, entrei em contato com a Presidente do GEAD-JP, ela me convidou pra ir na sede. A gente passou uma manhã inteira lá conversando. E foi daí que eu tive a certeza que era isso mesmo que eu queria pra mim. (Pretendente 1).

É. Na verdade, foi devido ao fato de que **ela tinha tido um problema de saúde há um tempo atrás**. Aí, depois ela foi liberada pra engravidar, mas **eu sempre tive muito receio que ela engravidasse**. Né? Ela decidiu que queria engravidar, a gente ainda tentou algumas vezes, e tal, mas acabou que não deu certo. E aí, **eu sugeri a ela a adoção**, ela ficou meio assim no primeiro momento. Disse “não sei, tenho que refletir a respeito”. Depois, ela decidiu “Olha, eu quero”. E aí, a gente deu entrada (Pretendente 5).

A paternidade assim, eu acho que ela persegue a gente desde muito cedo. Eu adolescente já me imaginava sendo pai. Né? **Sempre pensei em filho biológico, e depois de um tempo veio começando a surgir a ideia da adoção**. E, quando nos conhecemos, ainda namorando, a gente já falava sobre o assunto. E, quando a gente resolveu assinar o papel mesmo, pra se casar, a gente... casou num mês, e no outro, vamos procurar saber como é, que a gente não pode perder muito tempo, não. (risos) Então a gente já procurou saber como era o passo a passo, o que a gente poderia... pra onde a gente iria (Pretendente 2).

E... o intuito da gente ter entrado nessa campanha, nessa vontade de adoção, partiu primeiramente minha, porque eu sempre fiz tratamento de endometriose e **nunca consegui engravidar**. [...], então também viu que ele também tinha problema. Então, assim... **a gravidez natural era algo que realmente não iria acontecer**. Então, sentamos, conversamos, não foi de imediato. Entendeu, uma decisão de você adotar uma criança é algo muito sério. Então, assim, não foi de imediato, ele me pediu um tempo pra pensar, pra gente poder amadurecer (Adotante 1).

A gente sempre falou “ou vem natural, ou vai ser por adoção” (Adotante 2).

Nessa segunda dimensão vimos o apelo emocional que a adoção possui na vida dos que trabalham pela causa e pelos que se interessam em adotar. Outro ponto que chamou a atenção

foram as motivações variadas que levaram os pretendentes a buscarem a adoção, visto que na literatura a maior motivação apresentada é a impossibilidade de gerar filhos. Já havíamos inferido a complexidade do tema, o que foi ratificado pelas falas dos atores, em especial por não se tratar de um processo comum. A adoção envolve muitas questões sociais e emocionais, e foi citada algumas vezes nas entrevistas como um renascimento, o que traz todo um viés psicológico por trás dos processos judiciais que a rodeiam.

As informações de cunho emocional encontradas nessa seção podem servir de base para a elaboração de campanhas visando à promoção tanto da adoção, quanto do voluntariado em prol da causa. Na próxima seção veremos que essas emoções e sentimentos que rodeiam a adoção também são responsáveis por torna-la um processo complexo e diferenciado dos demais.

4.2.2 A complexidade da adoção

Aqui veremos as questões complexas que permeiam o processo, que são responsáveis pela morosidade e descompasso desse sistema. A adoção não aparece como um processo comum, envolvendo questões subjetivas que ao mesmo tempo motivam os atores do sistema, por se tratar de um processo especial que envolve sentimentos e questões sociais, porém também desmotiva ao passo que esse fator também torna as decisões morosas, difíceis de serem tomadas e de grande responsabilidade para aqueles que as tomam. Nas falas dos atores abaixo, fica clara a responsabilidade que ronda quaisquer questões relacionada a infância e juventude e a **complexidade** de atuação dos agentes envolvidos no processo.

O Estatuto da Criança e do Adolescente ele prevê três modalidades de colocação em família substituta, a guarda, a tutela e a adoção. Então, ela é diferente das demais porque ela **não é meramente um processo**, ela tem inclusive um dia na nacional. É dedicado o dia 25 de maio ao dia nacional da adoção e aqui na Paraíba nós temos a semana estadual da adoção. Então você veja a quão importante é esse instituto. E pra mim particularmente, eu sou um grande entusiasta (Juiz).

Então essa é a minha experiência dentro dessa área de psicologia social, trabalhando dentro de um abrigo, lidando com essa... esse serviço de **alta complexidade** né? Crianças que estão em situações de vulnerabilidade e risco, muitas vezes risco de vida (Coordenadora 2).

[...] porque é um campo assim, muito **delicado** pra se trabalhar. Não é todo mundo que gosta, não é todo mundo que gosta... porque você trabalha, você envolve muito as áreas sociais, você trabalha muito com secretarias de assistência, de saúde, educação, então há muita fragilidade na família (Promotora).

Tendo isso, também podemos observar a caracterização que os entrevistados colocam o processo como um **renascimento**, uma nova chance. Termos que se relacionam com as falas dos pretendentes na seção anterior, quando colocavam o significado da adoção para eles. Apesar

das dificuldades que cercam o sistema de adoção, os atores que trabalham têm uma relação especial e de certa forma possuem brilho nos olhos quando se trata da possibilidade de dar novo sentido à vida das crianças.

E... e nos dá muita alegria quando concluímos um processo de adoção aqui é como se fosse assim um novo nascimento. **É o nascimento jurídico daquela criança para aquele casal que o acolheu.** Então... fica todo mundo... às vezes há choro na sala, as pessoas pedem para tirar fotos com o juiz, com a promotora, com a defensoria pública. E por ai você vê que é um processo que se diferencia dos demais (Juiz).

[...] eu percebo, como a gente atua muito na adoção e vê a emoção daquelas pessoas que vêm fazer a adoção e quando termina a audiência a gente sente aquela emoção, como se a gente tivesse também... imaginando saindo da maternidade. Muitas pessoas saem daqui, aí tira foto, faz o registro e é muito interessante né? Porque acho que o amor independe do sangue, independe também de nascer da sua barriga. Eu vejo muito isso, porque eu sou mãe biológica, mas **vejo pessoas que são mães adotivas saindo daqui felizes, assim como eu saí da maternidade** (Promotora).

Uma das questões mais complexas relacionadas e que antecedem a adoção é a **destituição do poder familiar**. Tendo em vista que, a primeira medida a ser tomada quando a criança chega no abrigo é a reintegração familiar, esse processo acaba sendo crucial na vida daqueles que tiveram seus direitos violados. Quando as crianças são entregues pelas mães biológicas ao pessoal da Vara da Infância e Juventude, esse processo ocorre de forma mais simples, já que a equipe multidisciplinar não precisará realizar as buscas por familiares que possivelmente aceitariam ficar com a criança. Sem essas etapas de buscas e tentativas de reinserção na família biológica, restam apenas os trâmites legais da destituição, dessa forma esse processo ocorre de forma mais célere. Na ausência de entrega voluntária o processo se torna mais extenso o que resulta em um período prolongado da criança na instituição de acolhimento. Esses processos puderam ser melhor visualizados nas Figuras 8 e 9, que se encontram na seção 4.1.1 desse trabalho.

Nas audiências concentradas, como e lhe falei logo no começo, que **a prioridade é a criança ficar com a família biológica.** [...] Quando você dá uma deliberação como essa, dentro de seis meses você viu que muita coisa ainda não aconteceu, **porque algumas coisas acontecem rápido, outras por conta da burocracia demoram.** É a criança não vai esperar. E, quando você dá uma deliberação como essa, por exemplo, uma mãe que ‘tá... encaminhamento pra uma mãe que usa droga, mas que ela quer muito aquela criança. Existem casos onde a mãe foi encaminhada, aceitou fazer o tratamento, voltou, e a criança depois retornou pra ela. Né? ‘Tava numa instituição, ela não foi encaminhada pra adoção, e voltou. Mas, assim, **eu acho que há uma fragilidade muito grande nesses encaminhamentos. Porque, quando a gente encaminha, a gente imagina o que vai acontecer.** [...] a gente você vê que não aconteceram todas aquelas alterações... (Promotora).

Da equipe... a gente direciona as documentações pra Vara da Infância solicitando a destituição do poder familiar ou não. Isso depois de serem esgotadas todas as possibilidades entendeu? Inclusive com a família extensa né? Não só com a família, com aquela família pai, mãe e irmãos não. Uma tia, um primo, uma madrinha, alguém

que possa... mas **na maioria das vezes é negativo**, porque quando essa criança vem pra gente por algumas questões familiares é... essa criança... **essa família já está tão fragilizada que acaba que ninguém quer assumir esse compromisso, essa responsabilidade** entendeu? Aí por isso que a criança vem parar no acolhimento né? E aí quando **a gente identifica esses pontos, percebe que a criança não tem a menor condição de voltar pra casa, pra sua família, aí a gente solicita a destituição** (Coordenadora 1).

Não é possível que uma criança chegue numa casa de acolhimento com, por exemplo dois anos de idade, e fique lá até a maioridade. **E ela só ficou até a maioridade porque, no mínimo, até os sete, vamos colocar assim num corte hoje, até os sete ela não estava destituída e apta para adoção**, quando hoje a nossa legislação estabelece, se não me falha a memória, que são... Até dois anos, no máximo (Pretenente 5).

Um dos pontos levantados no estudo de Ferreira (2014a) é que a **morosidade** relacionada à destituição familiar força a criança a permanecer ligada aquela família, na tentativa de fortalecer um vínculo que muitas vezes nunca existiu. Essa demora é percebida e relatada pelos entrevistados, porém existe um dilema em suas falas. Enquanto colocam esse processo como moroso, também relatam entenderem a responsabilidade do judiciário quanto a determinação da destituição ou não.

Agora a falha talvez, é na **demora** as vezes, sabe? De decidir... **da Vara da Infância decidir a situação daquela criança**, e ao mesmo tempo eu sei que... que eu acho que é a falha, mas eu sei que é as vezes necessário porque cada processo, cada criança é uma criança, e tem N variáveis naquela situação, né? Tem a mãe que não quer dar, tem a avó que tá brigando... então tem alguns casos que a demora é muito grande, mas **eu sei também que muitas vezes não dá pra ser tão rápido. Outras eu acho que deveria ser.** [...] Aí eu acho que esse tipo de análise mais apurada, mais preciosa, eu acho que talvez as vezes falte nos casos pra gente (Coordenadora 2).

[...] saber identificar esses casos, saber quando é a hora ou não de retirar a criança da convivência familiar para, enfim, botar na casa de acolhimento. **Que é extremamente difícil**, né? Que não é uma coisa que se faz de qualquer jeito, é realmente quando é necessário (Pretenente 4).

[...] mas existe um processo que antecede e que não é conosco, que é a destituição familiar, que eu acho que é muito moroso. Então o processo de destituição, pelo que a gente entendeu, pelo que a gente já viu, a gente percebe que é mais moroso. Ele é mais demorado. **Eu entendo toda a responsabilidade do judiciário em destituir uma família**, né? E porque também é a história de uma pessoa que tá ali, encerrando ou continuando (Pretenente 3).

Essa questão também é abordada na fala da promotora em uma reunião (14/12/2019) captada pela observação participante, na qual a mesma relatou que a destituição era uma decisão que a preocupava muito, por ter o contato com as mães que buscam sair do estado de dependência química, por quererem estar junto aos seus filhos. Outro desabafo se relaciona com o que já pontuamos nesse trabalho com relação ao relógio que gira negativamente para as crianças acolhidas. A promotora coloca que as questões que circundam o processo da adoção

precisam de decisões rápidas, pois a criança não pode ficar esperando, tendo em vista a situação de vulnerabilidade que se encontram, mas não são questões simples de serem pensadas.

E é preocupante, mas a gente insiste e persiste pra que... assim, em toda audiência a gente fica insistindo pra que as coisas realmente possam acontecer de forma mais **eficaz** (Promotora).

Essa questão da destituição aparece como uma barreira complexa em relação ao tempo e à morosidade do processo. Por outro lado também existem as questões do perfil da criança que podem ser um grande impeditivo para que sua colocação em família substituta seja realizada. Uma delas, que também podemos elencar como um dos principais fatores para a devolução dessas crianças ao sistema de acolhimento, é a **idealização da maternidade ou paternidade**. Essa questão pode ser fortalecida pela ideia de que a adoção ainda é um ato de caridade, como antigamente colocado pela Igreja Católica (FERREIRA, 2014a), o que pode fazer com que os pais busquem certas atitudes de gratidão dos filhos, em especial no começo da convivência que é o momento que a criança vai testar se os pais querem realmente ficar com ela ou não.

O que acontece é exatamente o sonho né? O casal, **o pretendente sonha com o filho ideal** (Juiz).

[...] mas em relação à adoção particularmente, uma das coisas que as vezes eu sinto e que eu não sei como a gente pode lidar com isso, é o fato de quem **alguns pais as vezes vêm com uma visão muito romântica em relação a adoção**. [...] Então tem uma fantasia, que a gente tem uma fantasia quando a gente tá grávida. [...] Então ela fica imaginando que todo mundo que vai cuidar... que quando aquela criança vier, vai ter aquele perfil que ela colocou. E não tem! E aí, eu acho que a pessoas se frustra (risos), porque a gente vê a cara das mães quando voltam. Primeiro que elas começam a chorar sem antes ver a criança “Ah, chegou a minha vez!”, **aí acha que a criança... na hora que a criança ver vai falar “Mamãe!”**. Não fala! Tem criança que vira a cara, tem criança que não quer nem saber, entendeu? (Coordenadora 2)

Outra questão muito forte que apareceu na literatura como uma grande barreira foi a existência de um **estereótipo padrão de preferência** dessas famílias pretendentes, que são meninas, brancas e sem doenças tratáveis ou não tratáveis (COSTA; ROSSETTI-FERREIRA, 2007). Sendo assim, o perfil da criança aparece como um dos principais fatores que influenciam o tempo de espera na lista de adoção (FERREIRA, 2014b).

Ninguém chega na Vara da Infância dizendo “Não, eu quero adotar uma criança que tenha microcefalia”, ninguém quer. “Não, eu quero adotar uma criança mais independente, eu quero uma criança de 5 anos, mas que seja preta, branca, amarela, do jeito que for...” não. **A tendência é sempre pro branquinho do olho azul, do cabelo liso, bonitinho, afilado, então eu acho que essa é uma dificuldade muito grande que a gente tem na adoção**. Acho que é um entrave muito grande, infelizmente (Coordenadora 1).

Brasileiro é muito luxento, só querer menina, galeguinha, do olho azul, que não tem nada a ver com o nosso padrão biológico né? E tudo pequenininho... [...] é perfeitamente natural que... então a faixa etária tem que ser menor... que queira ter **uma certa similitude com o biotipo**, não é que o menino seja igual ou pareça com o pai, não... mas pra evitar um problema... aceitável, não é que eu... não foi bem meu caso, mas é perfeitamente explicável que as pessoas hajam assim. (Desembargador).

A fala do desembargador aparece exemplificada na fala do casal entrevistado que havia finalizado o processo de adoção. Eles colocaram que apesar de não terem preconceito racial, não queriam passar por situações constrangedoras de preconceito contra seu filho e por isso optaram por um perfil que se assemelhasse com sua aparência física. Citaram a situação dos atores Bruno Gagliasso e a Giovana Ewbank, que sofreram ataques preconceituosos contra sua filha Títi de seis anos, e disseram que não saberiam passar por esse tipo de situação. O Adotante 2 coloca que ia “querer dar na cara da pessoa, numa situação dessa” e para evitar essa situação adotaram uma criança que em certa medida se parece fisicamente com o casal.

Então, foi o que eu falei pra Rosi, “Olha, eu não tenho nada contra negro, não tenho mesmo. Pegaria uma criança negra perfeitamente.” Só que eu nunca quis, e isso constou no perfil da gente, **porque eles não podem ser muito diferentes da gente, senão a pessoa vai olhar e vai ver que não é seu filho**. Entendeu? E aí, vai dar problema porque vão falar aí isso, e você vai ter muita raiva [...] se a gente tivesse adotado uma criança negra, a gente teria sofrido. (Adotante 2).

Outro fator que aparece como uma grande barreira é a **idade** das crianças que estão em acolhimento no Brasil hoje. Aproximadamente 70% das crianças que constam no Cadastro hoje, são crianças acima de 7 anos (CNJ, 2019; CNA, 2019a), porém os pretendentes ainda buscam por bebês, ou crianças menores.

Uma delas é a **questão da idade, um dos maiores entraves é esse**, porque geralmente as pessoas tem a tendência de adotar crianças bebês, crianças novinhas, nunca criança com deficiência ou criança especial, nunca criança... até 11 anos você ainda encontra uma pessoa, 10 anos... ainda encontra quem queira adotar, mas passou disso não tem, as pessoas não querem. [...] Eu vejo muito isso, essa dificuldade da questão da idade, do perfil da criança (Coordenadora 1).

A faixa etária também é um grande impeditivo (Juiz).

Então assim, de um modo geral, **não se leva tanto tempo, até porque a maioria dessas crianças que eu tenho são bebezinhos** (Coordenadora 2).

Na fala da Coordenadora 2, ratificamos a questão colocada anteriormente de que quanto mais dentro do perfil pretendido, menos tempo a criança passa em situação de acolhimento. Essa necessidade de se adotar a criança com menor idade possível pode estar ligada também à necessidade que os pais possuem em excluir a história anterior daquela criança (MAUX; DUTRA, 2010). Com as novas leis da adoção, temos que a adoção plena, que é a que ocorre

atualmente, pode retirar todas as informações que a criança possui antes da adoção. Como exemplo o próprio nome e a relação com a família biológica (FERREIRA, 2014a).

[...] **as pessoas têm uma ideia de apagar a história da criança, ou de que se tu adotar uma criança maior ela vai tá estragada**, ou que tipo não vai poder acompanhar os primeiros passos, ou coisas assim. Isso em relação à idade né? Porque tem outras questões, grupos de irmãos crianças com deficiência também que compõem muito dos abrigos... do público dos abrigos. Mas relacionado à idade, tem muito desse preconceito, da criança maior... isso o perfil dos pretendentes é: crianças brancas ou pardas, até 3 anos... e é completamente contra... sem irmãos, sem deficiências, com doenças tratáveis e isso é completamente o oposto do que tem disponível né? Das crianças que tão no abrigo hoje, as que tão destituídas, elas são crianças maiores, adolescentes, negros, com irmãos, com deficiências, doenças... (Gestora ONG).

Essa questão é apontada por Maux e Dutra (2010) que coloca que existe uma insegurança dos pais adotivos com relação ao vínculo paterno ou materno construído com aquela criança, sendo esse um dos grandes motivos para inclusive esconder sua história de adoção. Isso é resultado da grande valorização ainda atribuída às relações de sangue, que faz com que esses pais questionem a legitimidade de sua paternidade ou maternidade classificando, mesmo que inconscientemente, a adoção um ato como materno/paterno secundário. Esses pontos não foram encontrados nas falas dos pretendentes que entrevistamos, que possivelmente, por fazerem parte do GEAD-JP, já tenham trabalhado essas questões e hoje não veem mais a idade como um impeditivo para a construção de vínculos com as crianças.

Principalmente quanto mais... quanto mais idade a criança poderia ter ao chegar pra família. “Não, você é louco? Pegar uma criança com essa idade.” Não sei o que... “Ela já tem uma personalidade, já tem traumas.” Etc. e tal. **Claro que traumas ela vai ter, evidentemente. Mas nada que não seja possível de ser trabalhado, e que você esteja aberto para ajudar nesse processo** (Pretendente 5).

Então, assim, **a questão de você adotar uma criança com dois, com três, com quatro, ou com dez, igual como nós adotamos, já com 10 pra 11, isso não altera nada.** A única coisa que altera é o tempo, assim, da gente não ter visto a infância dele. **Se existe um ponto negativo é esse. Eu não pude participar daquelas primeiras coisinhas da criança. Mas a questão de personalidade, isso não altera, não.** Mas teve um lado bom, que a gente economizou com fralda... (risos) mamada de madrugada... (Adotante 1).

Outro ponto levantado pelas autoras é a ideia de os filhos que chegam por adoção deem mais problemas que os filhos gerados e criados pela mesma família, isso justificado pela herança genética de pais biológicos problemáticos. Entretanto as autoras colocam que a situação da adoção pode levar a uma criação sem imposição de limites, o que faz com que a criança cresça sem regras e desobedientes (MAUX; DUTRA, 2010). Isso também é falado pela Presidente do GEAD-JP, que coloca que “não é a questão da adoção, é o ser em

desenvolvimento e muitas vezes confunde...” e também é confirmado na fala do Desembargador a seguir.

O caro diz assim “**Esse menino vem com todos os vícios, vem com os genes ruins**”, quando essas pessoas me dizem assim eu pergunto “Como é o nome do teu pai e da tua mãe? E o nome do pai do teu pai e da tua mãe? ”, alguns até acertam (risos), mas quando eu pergunto “O pai e a mãe do pai do teu pai e do pai da tua mãe? ” Não sabem. Aí eu digo “Tu conhece a tua genealogia? Como é que tu que saber a do menino? ” (risos). **Isso não influencia nada, isso não tem nada a ver**. Claro que se tem alguma criança que tem alguma doença é... já adquirida, se... você vai verificar isso, se tem algum problema mental, alguma coisa assim, você vai saber o tamanho da bronca que você vai entrar. Essas informações a gente pode dar, mas não possivelmente por hereditariedade (Desembargador).

Como havíamos citado no referencial, existe a morosidade na destituição do poder familiar (WEBER, 2000), entretanto esse ponto aparece como um dilema no discurso dos entrevistados, que apesar de compreenderem a responsabilidade da decisão de destituir, também não concordam com o tempo que as crianças passam nas instituições. É necessário que os prazos previstos em lei sejam respeitados, a fim de garantir o melhor interesse da criança. A tentativa de reintegração familiar é importante, desde que família apresente condições de acolher aquela criança, caso não, ela precisa estar disponível para uma nova família, de modo a não prejudicar seu desenvolvimento.

Outro sistema que precisa ser combatido é a idealização do perfil das crianças, tendo em vista que a adoção deveria ser também um ato de empatia (KENNEDY; PARSONS, 2012; KENNEDY, 2016; TRUONG, 2017). Ações como apagar o passado da criança, fazendo-a esquecer sua história deixa claro a insegurança dos pais adotivos em não serem pais legítimos daquela criança. É necessária uma conscientização desses pretendentes com relação ao perfil encontrado nos abrigos e também com relação a possibilidade de se construir vínculos afetivos fortes com crianças mais velhas, que pela falta de informação pode nem ter sido cogitada por pretendentes que aceitariam esse tipo de perfil.

Vimos aqui as questões subjetivas do processo de adoção que o torna um processo judicial atípico, tendo em vista que envolve sentimentos e vínculos afetivos. Tocamos na questão da morosidade e dificuldade de uma destituição familiar, como também as possíveis principais causas do descompasso entre as crianças e pretendentes habilitados no CNA. Concluindo aqui as questões complexas levantadas pelos entrevistados que rodeiam a adoção no Brasil e que são as principais barreiras encontradas nesse sistema podemos seguir para a verificação das políticas, práticas e instituição que promovem a adoção.

4.2.3 Esforços, engajamento e práticas institucionais

Nessa seção veremos os esforços institucionais e pessoais e as práticas desenvolvidas em prol da causa da adoção pelos entrevistados. Também veremos as opiniões que circundam a prática da busca ativa, que é uma questão que foi muito discutida pelo GEAD-JP nas reuniões captadas pela observação participante.

Falando dos **esforços institucionais** apontados pelos entrevistados temos o projeto Acolher e também uma festa que acontece na semana estadual da adoção, que busca aproximar pretendentes e crianças em situação de acolhimento. Ambos projetos são desenvolvidos pela Vara da Infância e Juventude de João Pessoa.

Ou pode também, através de um programa que nós temos aqui, **Acolher, a mãe que queira voluntariamente entregar seu filho, ou na hora do parto ou mesmo na gravidez, comunica e aí a nossa equipe técnica vai, recolhe essa criança, põe no acolhimento ou já entrega diretamente àquele pretendente que esteja na fila de espera** (Juiz).

Quando aquela mãe, o correto, se ela quer dar essa criança pra adoção, entregar pra adoção, ela venha, através do **Projeto Acolher**, que existe aqui na Vara da Infância... Então, vem no Projeto Acolher, e é acompanhada. Porque, é importante, **se você quer dar, você também receber todo o apoio, toda a explicação, que ela pode se arrepender depois de um período... Aí, explica tudo** (Promotora).

O que nós **fazemos aqui na semana estadual da adoção é uma festa onde eu faço esse encontro dos pretendentes e outras pessoas com essas crianças**, mas não única e exclusivamente para os disponíveis à adoção, também boto outros... todas as crianças acolhidas para não haver discriminação. [...] Já teve resultados bastante positivos depois desse encontro (Juiz).

Com relação GEAD-JP, a Presidente do GEAD-JP coloca que o ponto principal do grupo é dar apoio às famílias tanto pretendentes como que já realizaram a adoção. Para esse acolhimento das famílias o GEAD-JP faz esses atendimentos individuais e também as reuniões em grupo chamadas Café com Adoção, que explicitamos na seção 3.2.2.1. As atividades complementares do grupo aumentam na realização da semana da adoção, que visa promover a causa nessa semana nacional.

Então a gente faz os atendimentos... geralmente a população nos procura via *Instagram*, via *Whatsapp*, telefone né? Então a gente faz esse trabalho de **acolhimento... orientar** essas pessoas que nos procuram e automaticamente já incentivar que eles frequentem nossas reuniões né? [...] Olha, o principal é trabalhar as famílias né? Porque uma família que não tem estrutura pra receber uma criança que já foi abandonada de alguma forma ou já foi retirada do direito dela de viver na sua convivência biológica, ela já tá com perdas né? (Presidente GEAD-JP).

Com uma missão semelhante a do GEAD-JP, a Gestora da ONG Adoção Tardia, coloca que a atribuição principal da organização é justamente a conscientização da população em relação à causa.

[...] acho que o nosso papel, pelo menos **a nossa intenção é atuar nessa parte de conscientização e de mostrar como que é o sistema**, porque que ele é assim, que as pessoas saibam né? Que a situação é assim por isso, por isso e por isso (Gestora ONG).

A Coordenadora 2 coloca que no abrigo LALEC ela prima por capacitar as educadoras que lidam com as crianças, sejam elas voluntárias ou não, para que assim consigam disponibilizar um lugar saudável para essa criança estar em um momento tão complicado de suas vidas. Ela cita o voluntariado canguru e processo seletivo e de formação da equipe como sendo um dos principais esforços que o LALEC vem desempenhando. Fala que mantém contato com algumas mães que adotaram e que estas algumas vezes voltam para mostrar como estão cuidando dos filhos, tentam manter uma relação.

Eu coloquei **o voluntariado canguru, que fica com os bebês no colo**, porque a gente sabe que essa coisa do contato... tem crianças que chegam lá com 4 dias, é fundamental a criança se sentir segura, protegida... Então eu vou criando alguns mecanismos, junto com as crianças, com os voluntários e com as educadoras pra que a gente possa dar pra esse bebê, enquanto ele fica com a gente... **dar uma memória celular de que ele foi muito amado e muito querido**, né? Independente se ele vai voltar ou se ele vai ser adotado (Coordenadora 2).

É fundamental a gente criar pra essas crianças condições de desenvolverem uma vida melhor, em termos de desenvolvimento psíquico, físico, mental, emocional. E aí, a gente tem desenvolvido muita coisa, inclusive com as próprias educadoras. Eu acho que **a gente tá munindo as pessoas que cuidam dessas crianças com as melhores informações possíveis**. Eu tô colocando pessoas que possam dar subsídios de como a gente pode fazer esse trabalho melhor (Coordenadora 2).

Outro esforço institucional bastante citado pelos entrevistados foi o **curso dos pretendentes** proporcionado pelo Tribunal de Justiça. Esse curso é um requisito para que o casal tenha a sentença de habilitação, o que o torna obrigatório e de extrema importância para aqueles que buscam a adoção.

Um curso obrigatório, e é pela Justiça. Ali também vai o Juiz, o Promotor. É obrigatório porque o Estatuto já diz, o Estatuto da Criança e do Adolescente, mas a equipe técnica também participa, o Juiz, o Promotor, tem outros atores também. Tem pessoas que ministram também, fazem palestra, tanto eu, como o Juiz, como a Defensoria Pública, e outras pessoas assim, da... dessa equipe técnica. Elas fazem parte. Pessoas da Universidade, elas fazem parte também, em parceria. São dois dias. E aí, tudo é explicado lá nesse curso, né? [...] **Os cursos são excelentes com uma participação muito ativa, a gente percebe que as pessoas tiram muitas dúvidas**. Durante as audiências, as pessoas costumam elogiar até, “Olha, eu queria elogiar o trabalho que é feito, a seriedade com que é feito.” (Promotora).

Uma coisa que acho legal que eles fizeram é colocar outros pais que adotaram junto com essas palestras, aqui em São Paulo tem, né? Então isso também é legal, porque vai falar “Oh, cara, não é bem assim!”, mas eu acho que eles tão mudando também um pouco isso, **porque antes talvez eles não investissem tanto na família substituta, acho que agora eles tão investindo mais. Com cursos, com todas essas coisas** (Coordenadora 2).

Apesar da visão positiva com relação ao curso, os pretendentes entrevistados o enxergaram de outra forma.

Um dia inteiro de curso, **que você não aproveita nada**. Mas tem que ter porque você tem que sair com um certificado de lá. [...] Porque, assim, aquele curso que a Vara dá, minha filha **aquilo não é curso... aquilo é uma obrigação, somente...** somente, somente, somente (Adotante 1).

Era. Só um dia, Só um dia. Pela manhã... **Porque na verdade não é um curso, não pode se chamar de curso... É uma palestra, né?** (Pretendente 5).

A gente não ficou muito satisfeito com o curso, não. [...] Que aí, depois a gente... tinha aqueles psicólogos falando genericamente... Enfim, a gente não... muito solto, sem preparação nenhuma. E, nesse tempo não falaram que tinha um grupo de apoio... (Pretendente 4).

Esses três pretendentes citados haviam realizado o curso há mais de três anos, quando este ainda era realizado em apenas um dia. Porém a opinião de outro casal de respondentes que havia realizado o curso há pouco tempo, no formato de dois dias, também não foi muito diferente.

Eu acho que o curso preparatório, ele é falho... o curso oferecido pelo TJ. Ele deixa muito aberto, ao mesmo tempo é um banho de água fria na gente. Eles enfatizam muito o tempo todo que não tem crianças pra adotar, que não têm crianças habilitadas pra adoção. Então eu acho que... é repetitivo, as pessoas fazem palestras com temas diferentes, mas falam a mesma coisa, todos falam a mesma coisa, praticamente (Pretendente 3).

É meio frustrante, eu acho que a maioria dos casais que vai sente... fala a mesma coisa. [...] A questão das informações, mas também a gente não... não obtive essas informações no curso, teve de outras pessoas né? (Pretendente 2).

A Adotante 1 citou um curso oferecido pelo GEAD-JP como sendo muito positivo, inclusive servindo como auxílio nos momentos de crise que sofreu no início da convivência com seu filho recém chegado.

Agora, o que o GEAD fazia, não sei se eles vão fazer ainda mais, aquele ajuda muito, viu? Porque quando a gente tá na... nessa transição, que muitas coisas acontecem, a gente lembrava do curso (Adotante 1).

A presidente do GEAD-JP, entretanto não manifestou interesse em seguir fazendo o curso pelo grupo de apoio e sim fazer parte do curso oferecido pelo Tribunal de Justiça, como acontece em outros estados, nos quais quem organiza e facilita o curso de preparação dos pretendes são os GAAs.

A gente quer participar da questão da formação desses cursos junto ao TJ, [...] **nossa intenção é a gente mais participar junto com eles do que a gente fazer o nosso curso né?** O que a gente pode continuar é o contrário, fazer com que o TJ veja o GEAD como parceiro e faça com que... incentive essas pessoas que dão entrada nos

processos lá que frequentem as nossas reuniões de forma assídua, mensal, quinzenal, anual, trimestral, a forma que quiserem (Presidente GEAD-JP).

Outro esforço que chamou atenção pela recorrência de falas nas reuniões que acompanhamos com a observação participante, foi **a prática da busca ativa dos pretendentes**, que é feita e fortemente estimulada pelo GEAD-JP, bem como por outros grupos de adoção. A Presidente do GEAD-JP colocou como uma das principais atividades do grupo “além das adoções que a gente tenta fazer em relação a essa questão da busca ativa”. Apesar disso, a prática divide opiniões entre os agentes do sistema de adoção. Alguns deles analisam como sendo uma prática que beneficia apenas os pretendentes e que expõe a criança, não a tratando com tanto zelo e segurança.

[...] porque uma das coisas que a gente tem muito claro é que **a criança que tá nessa condição, ela não é uma vitrine, ela não pode ficar numa vitrine, exposta como um objeto né? Eu particularmente sou contra**, eu acho que a gente tem que efetivamente trabalhar de um outro jeito com a possibilidade dessa criança mais velha ser... ter uma família substituta (Coordenadora 2).

Eu acho assim, que não é o caminho. Porque a gente tem várias situações assim é... de crianças... (mudou de assunto). Só quem vem aqui são os casais encaminhados da Vara da Infância (Coordenadora 1).

Eu acho que é importante, mas era importante que a própria equipe pudesse fazer, do que os casais que, angustiados, saem em desespero, procurando, né? [...] Porque eu acho assim, o correto é que a iniciativa ser da própria equipe. [...] Mas, assim... evidentemente que às vezes tem, um grupo de estudos de apoio à adoção. Ela existe também pra fazer a adoções com um perfil mais elevado, né? Que eu não gosto de dizer adoção tardia [...] Então, algumas vezes, em contato com casais que estão no próprio grupo, eles terminam fazendo busca ativa. Eu sou meio reticente com isso. Assim, eu me preocupo, né? A gente pensa também na questão da adoção ilegal (Promotora).

Apesar dessas opiniões negativas dos demais agentes do sistema, a busca ativa dos pretendentes é uma das principais atividades desempenhadas pelos GAAs. No GEAD-JP, essa prática é realizada pelo grupo do Whatsapp, com a divulgação de textos que remetem a fala da própria criança falando sobre seus interesses, seu comportamento e personalidade, podendo ser acompanhado pela foto das crianças ou não. Esses textos são disponibilizados pelos grupos de apoio à adoção no grupo de Whatsapp da ANGAAD.

BOM DIA! BUSCA ATIVA! Uma adolescente LINDA de 12 anos (faz 13 em novembro), negra, com processo de destituição em andamento (casal interessado precisará entrar com pedido de adoção com advogado), saudável, inteligente, ama leitura e escreve muito bem. Já foi premiada em concursos de redação. A genitora abandonou ela criança e foi pra Portugal, por isso o PPDF está em andamento e demora um pouco. Foi para adoção ano passado, mas a mãe adotiva não se vinculou com ela e houve devolução. Deseja muito uma família. Tem temperamento forte, mas tbm é muito carinhosa e afetuosa. Não temos queixas dela quanto ao comportamento no abrigo. Se chama, NOME DA CRIANÇA.
Informações pelo Whatts (44) 00000--0000

NOME DA CRIANÇA está em Nova Esperança, próximo de Maringá, no interior do Paraná

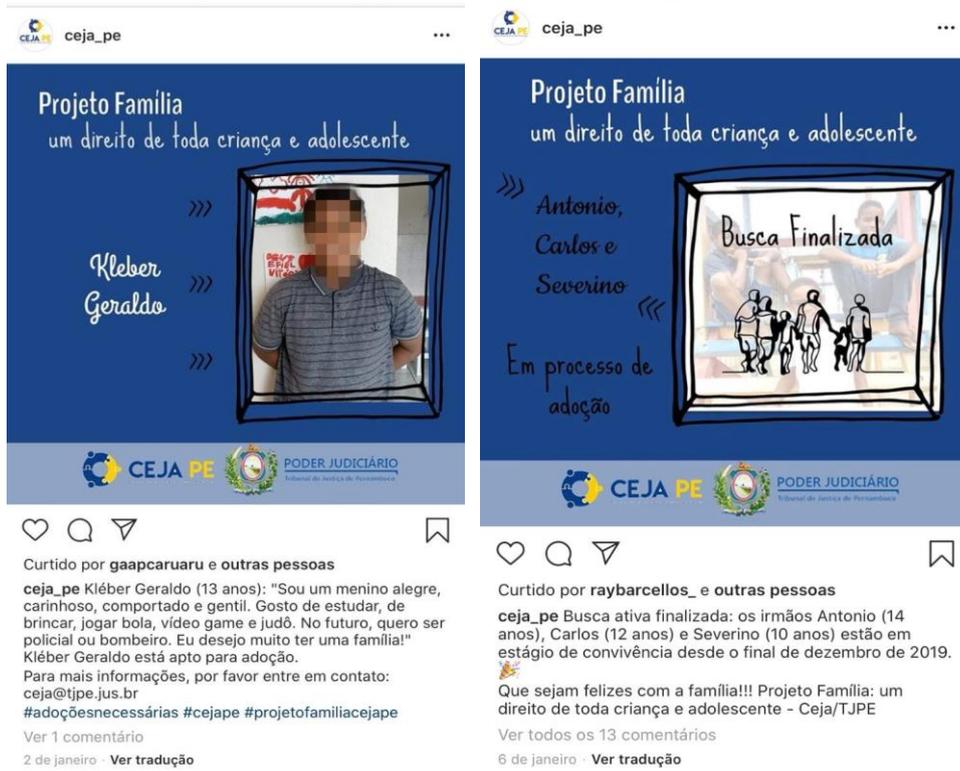
Figura 10: Foto divulgada pela busca ativa no WhatsApp



Fonte: Acervo do WhatsApp GEAD-JP

O CEJA-PE também divulga em seu Instagram, por meio de um projeto intitulado Projeto Família, textos falando sobre a criança, juntamente com sua foto, e também informam quando a busca ativa foi finalizada e as crianças estão em estágio de convivência com pretendentes.

Figura 11: Divulgação da busca ativa no Instagram do CEJA-PE



Fonte: Instagram @ceja_pe

A partir desses dois meios de divulgação da busca ativa citados, dois casais pretendentes que frequentavam o GEAD adotaram três adolescentes no ano de 2019. O primeiro casal adotou uma adolescente de 14 anos, nascida no interior do Paraná, elas tiveram acesso às informações da menina pelos textos do Whatsapp do GEAD-JP. O outro casal, adotou um casal de irmãos, sendo um menino de 13 e uma menina de 15 anos. Eles tiveram acesso às informações das crianças por meio do Instagram do CEJA-PE. Outra busca ativa realizada com sucesso pelo GEAD-JP em 2019 foi por meio da comunicação com um abrigo em Sapé, no qual as crianças participaram da festa de São João do GEAD e com essa aproximação outra adolescente de 14 anos passou a realizar o estágio de convivência com um casal de pretendentes do GEAD, sendo adotada posteriormente. As fotos a seguir foram autorizadas e enviadas pelas famílias.

Figura 12 Famílias formadas por meio da busca ativa



Fonte: Acervo pessoal das famílias

Falando da **integração entre os abrigos**, Acioli *et. al* (2018) constataram que não existe a articulação entre as instituições, entretanto as coordenadoras relataram que existem práticas como a reunião dos coordenadores da comarca de João Pessoa, ou o encontro dos parceiros em São Paulo que reúne os principais atores dos abrigos. Além dessas práticas, afirmaram existirem apenas interações informais. Entretanto não é possível enxergar um alinhamento de atividades, mesmo com essas reuniões periódicas, fato também ratificado na fala da Gestora da ONG, que observa que cada abrigo tem sua forma de gestão.

Sim, agora mesmo... hoje de manhã eu recebi uma doação e aquela coordenadora veio buscar uma parte, porque assim eu recebi uma doação de frutas, bastante frutas e aí... só que é muito pra gente. Aí eu liguei pra ela e pedi pra ela vir buscar uma parte, pra

aproveitar lá na casa de acolhida. E a gente tem **reuniões constantes de coordenadores, só de João Pessoa**. Com outras comarcas eu só tenho algum tipo de contato quando vem algum menino que é de outro lugar (Coordenadora 1).

Ah, sim! **A gente conversa**, mas assim muito mais tipo **benchmarking** pra saber como é que eles tão fazendo algumas coisas, que dúvidas eles têm, né? Coisas assim... porque o fórum, aliás amanhã é dia, o fórum da nossa região ele é um facilitador no sentido de interação com os outros abrigos, porque a gente tem uma coisa que a gente chama aqui no fórum da minha comarca, que é o **encontro dos parceiros**. Então a gente faz de 2 em 2 meses encontro no fórum, com todos os atores envolvidos dos abrigos. Então assistente social, psicólogo, enfermeiro, se for o caso, cuidador, se for o caso, né? Então tem tudo isso (Coordenadora 2).

Mas o que acontece tanto nos abrigos, quanto no... nas ONGs assim... a grande crítica eu acho que tem, é que quando acaba delegando, tanto a gestão dos abrigos quanto as campanhas... é que o Estado, Governo, acaba meio que perdendo o controle de como as coisas são feitas e aí cada um faz do seu jeito, sem seguir uma diretriz única. **E isso é uma coisa que eu ouço bastante assim, até dos assistentes sociais e psicólogos que eu convivo assim, de que isso... que os abrigos cada um faz do jeito que acha melhor sabe?** (Gestora ONG).

Quanto às parcerias citadas pelos entrevistados temos as parcerias com os hospitais e maternidades com relação ao Projeto Acolher, em que ao identificarem uma mãe que tenha alguma inclinação à doação de seu filho, os profissionais da saúde encaminham para a equipe técnica da Vara da Infância e Juventude. Porém essa parceria nem sempre é procurada como é citado na fala da Promotora.

Infelizmente, a gente sabe que... nascem crianças todos os dias... existem as parcerias das maternidades, a gente já fez visita às maternidades explicando como é que era. A coordenadora do Projeto Acolher, que é Gorete, que 'tava aqui há pouco, a psicóloga, ela 'tá sempre em contato com o pessoal de maternidade, mas são poucas as pessoas ainda... que ainda vêm. Existem, não vou dizer que não, existem sim. Existem casos de pessoas que já vêm, que são mandados pela maternidade. **Mas existem casos que, infelizmente, a gente percebe que tem pessoas intermediando pra que aquela criança já saia diretamente pra uma adoção, já entregando pra outra pessoa, e evidentemente com a colaboração de pessoas que estão dentro do próprio hospital.** Infelizmente. [...] Os casos que vêm pra Justiça, todos são bem exitosos, né? Os casos que vem aqui pro Projeto Acolher são excelentes, pela articulação que é feita do Judiciário com as maternidades, né? Um trabalho que já vem de longos anos (Promotora).

Outras parcerias citadas com um cunho mais filantrópico e social foram de empresas que fornecem gratuitamente alguns itens para esses atores do sistema de adoção. No caso do LALEC, o abrigo tem um número expressivo de doações de grandes empresas que apoiam a causa e a instituição.

A última festa que fizemos foi aqui no Popótamus, o Popótamus é nosso **parceiro que fornece tudo gratuitamente** (Juiz).

Então tem algumas **parcerias que nós fazemos com algumas fundações**, que nos ajudam a sustentar em termos de reforma, em termos de alimentação... nós temos convênio com farmácia, nós temos convênio com grandes supermercados (Coordenadora 2).

Falando do envolvimento dos atores com a causa, observamos em vários discursos que as pessoas se sentem realizadas com o que fazem e levam a causa como uma missão em suas vidas. Isso talvez possa ser uma das justificativas para tantos esforços extra oficiais desses atores.

Foi aí a realização plena da minha atividade, porque **hoje eu não tenho nenhuma pretensão mais de sair da infância**. Porque há uma diferença demais... a Vara da infância e juventude... ela tem um apelo social muito grande, tem esse viés de você... o juiz não é juiz de gabinete somente, o juiz se desloca às instituições de acolhimento pra visitar, pra fiscalizar, pra conversar... o juiz faz parte toda de uma rede né? [...] A gente trabalha com um envolvimento emocional muito grande, diferentemente de **quando eu trabalhava com processos que não tinha a menor alegria em fazer aquele tipo de trabalho** (Juiz).

E a gente estudava no concurso, na época do concurso e via as promotoras de justiça da capital e a gente dizia “Um dia a gente vai ser promotora aqui na capital, da infância”, porque a gente gostava, já se identificava com a área né? E aí a gente sempre... buscava essa identificação, **gostava de trabalhar com criança e adolescente, queria fazer algumas transformações na vida delas**, [...] E a gente percebe que todo nosso trabalho é focado mais na parte de psicólogo, assistente social e pedagogo, do que a própria parte jurídica né? [...] Então é muito mais essa parte social. **Mas eu amo trabalhar nessa parte social, eu gosto muito, me identifico bastante**. Tanto é assim, que quando eu optei fazer o mestrado, eu optei fazer o mestrado na área... de Sociologia né? (Promotora).

Eu entrei na área da infância literalmente por acaso [...] Mas aí quando cheguei em Olinda, me candidatei pra ser juiz da 3ª Vara Cível e venci. Quando na realidade eu vim descobrir que era da infância... de uma forma completamente distinta do que eu podia imaginar [...] a partir do momento que fui me enfrasando e gostando... **é um vírus poderosíssimo, tomou conta de mim e fui ficando esse tempo todo**. Continuo... aí claro, se é pra fazer vamo fazer bem feito, então eu procurei me especializar, esse trabalho que se fazia lá começou a ser um trabalho notado internacionalmente e eu queria... ideologicamente **eu sentia que era aquilo que eu queria e que me sentia útil e pronto** (Desembargador).

Adoção pra mim, eu digo que é... foi uma descoberta na minha vida ao acaso né? Porém eu vejo que tudo você precisa adotar. Você precisa adotar sua profissão, você precisa adotar o amor da sua família biológica quando existe né? [...] Então **não tive como fugir**, e aí a profissão facilitou mais ainda cada vez mais, [...] então foi só aperfeiçoando certo? Então por isso que pra mim é tudo muito natural, tudo muito fluido (Presidente GEAD-JP).

Apesar dessas falas, Acioli *et. al* (2018, p. 534) colocam que existe grande desmotivação da equipe técnica em relação “a não formação dos profissionais, a desinformação deles sobre a população que vão trabalhar aos baixos salários. Além de ser um trabalho muito exigente”. Essa questão fica em evidência na fala da Coordenadora 1, que apesar de gostar do que faz se sente sobrecarregada.

Então, **eu costumo dizer que isso aqui foi Deus quem me colocou aqui**, foi Ele que viu a necessidade de uma pessoa aqui com meu perfil e me colocou aqui. Porque eu já tive várias oportunidades de outras coisas, inclusive já me estressei aqui já pedi pra sair, mas assim as pessoas ficam me enrolando e eu vou ficando, entendeu? Eu acredito... **agora eu gosto do que faço, a minha única dificuldade aqui é porque é**

muito estressante, sabe? É uma carga muito grande. Tem dia que eu saio daqui com meu emocional no chão, por várias situações... (Coordenadora 1).

O Pretendente 5 faz uma análise crítica com relação as principais falhas do sistema, na qual ele coloca que geralmente são **esforços pessoais** e não de uma rede que luta integrada em prol da causa. Coloca que são pessoas pontuais que assumem a causa e conseguem fazer algum trabalho de reconhecimento, mas que não existe uma continuação dessas práticas e motivação.

E aí, a gente vê que isso, dependendo do Estado, funciona um pouco melhor, quando você tem à frente uma equipe, principalmente das Varas da Infância, dependendo do tamanho do Estado, que de fato tem um protagonismo nesse... pega essa causa, e de fato, trabalha. Mas, aí, é aquela coisa, digamos assim, vencendo um leão por dia. **É um esforço particular, mesmo, individual ou de um grupo. E, se aquele grupo saiu, parece que tudo que foi feito volta à estaca zero. Não tem uma continuidade.** (Pretendente 5).

Essa análise do Pretendente 5 se relaciona com a fala da Coordenadora 1, que relata que para o alcance de direitos para as crianças que estão acolhidas, direitos básicos como saúde e educação, são necessários esforços pessoais, ela fala que “[...] geralmente todo mundo que chega na casa quem vai atrás de vaga nas escolas públicas sou eu por isso. Porque **eu brigo mesmo**, entendeu? ”. Fala que com relação à educação acaba sendo mais fácil “A educação nem tanto, porque a educação é... **eu já aprendi os caminhos**”, mas que com relação à educação ainda é muito difícil.

Então aí... é porque eu sou insistente, eu vou e... só saio de lá quando eu consigo. [...] PSF que tem aqui no bairro, ele não cobre a nossa área, mas lá **eu fiz amizade desde que cheguei aqui, com uma pessoa de lá, que ela construiu uma pasta assim bem grossa de plástico e tem a ficha de todos os acolhidos** do abrigo X (Coordenadora 1).

Porque a gente... **eu fico feito uma louca atrás de pessoas conhecidas pra ver se alguém pode fazer a parte social**, por exemplo, eu tenho 2 amigas que tem consultório... uma é psicóloga e a outra é psiquiatra, aí **elas vivem me fazendo favor, atendendo os meninos pelo social**, entendeu? Porque a gente manda a documentação pra Secretaria de Educação, fica esperando e não vem nunca. **Então essa parte de saúde é muito precária, muito, muito precária em relação aos acolhimentos** (Coordenadora 1).

Nenhuma dessas questões foram relatadas pela Coordenadora 2, tendo em vista que o abrigo LALEC não é mantido a partir de recursos públicos e sim de doações de voluntários e parceiros, ou seja, questões de saúde e educação são conseguidas por meio de parcerias.

[...] a gente tem um... **doadores de muitos anos**, dentro da casa. Então assim, tem todo um trabalho que foi feito e **hoje a gente tem bastante doação, além de captar recursos financeiros através de outras fundações** (Coordenadora 2).

Com os recursos advindos dessas doações e parcerias, e o trabalho desempenhado por voluntários o abrigo aparentou ter um suporte mais sólido e atender às necessidades das crianças com mais tranquilidade, em relação ao outro abrigo que depende de recursos públicos.

Outro ponto que nos chamou atenção foram os **esforços pessoais dos pretendentes**. Em uma das reuniões do GEAD-JP, a promotora colocou a importância de movimentação por parte dos pretendentes e dos grupos de apoio. A mesma incentivou que os pretendentes levassem estratégias e sugestões à justiça sempre que achassem necessário. Nas falas dos pretendentes entrevistados observamos essa inquietação e vontade de fazer acontecer, possivelmente incentivada pelo grupo de apoio, como também o envolvimento com a causa citada por um dos pretendentes que já havia realizado apadrinhamento afetivo.

Enfim... depois que ‘tava demorando muito, porque foi um processo que, nos dois primeiros anos a Vara da Infância se desestruturou, e eu até já dei esse depoimento nas reuniões. Né? Então, você ia lá, você não sabia sua posição de fila, você não tinha informação nenhuma. Chegou um tempo que nem técnicos para nos atender tinha, então o setor ‘tava literalmente abandonado. **Aí, a gente se mobilizou com outros casais, fizemos uma denúncia na TV para que, enfim, a Promotoria da Infância tomasse uma providência. Foi tomada, chegaram novos técnicos, que é o pessoal que ‘tá aqui até agora, até ampliou mais a equipe** (Pretendente 4).

[...] acho que é tão moroso, que **se você ficar em casa esperando o seu telefone tocar, não vai tocar...** Você tem fazer busca ativa, você tem que começar a ser mais ativo, porque senão... E a gente vê que há um movimento nacional articulado, e que **a gente não tinha ideia quando a gente entrou, em parte por falta de campanhas e informação, e em parte também por pouca iniciativa da nossa parte, eu acho. Né? Se a gente fosse mais ativo naquela época, talvez tivesse tido acesso à informação mais facilmente** (Pretendente 4).

Então, assim, sempre pesquisando, **sempre estudando, ainda mais com o Grupo do GEAD**, que abre caminho, abre a mente da pessoa. É muito importante, muito importante, mesmo. **Aí, no Grupo do GEAD começaram a falar em busca ativa. E eu disse “Rapaz, esse negócio aí é mais interessante.”** Porque **se a pessoa não souber que isso existe, vai ficar lá na fila não sei quantos anos esperando. Sentada em casa esperando o Juizado ligar** (Pretendente 1).

[...] há uns anos atrás, **eu fui padrinho de uma menina**, em BH. **Aí, padrinho é aquele que pega no final de semana, passa com você no aniversário, você faz o aniversário, essas coisas** (Adotante 2).

Fazendo uma síntese, temos que os principais esforços institucionais citados foram o projeto Acolher da Vara da Infância e Juventude de João Pessoa, o curso dos pretendentes e a busca ativa dos pretendentes. O projeto Acolher necessita de mais divulgação, para isso seria interessante a criação de protocolos tendo como públicos gestantes em situação de extrema pobreza ou de drogadição que se caracterizem como possíveis pessoas que farão uma doação direta, a fim de repassar as informações necessárias a respeito do projeto e seu funcionamento. O curso dos pretendentes não aparece como sendo positivo, ou seja, precisa de reformulações. Sugerimos que realizem *brainstormings* com os demais atores, inclusive com os pretendentes que já passaram pelo processo de adoção para saber sua opinião a respeito do que deveria ser colocado ou excluído do curso. Com relação à busca ativa, é uma prática que diverge as opiniões das pessoas, acreditamos que a melhor forma seria uma divulgação das crianças disponíveis

dentro do próprio Cadastro, como também a equipe do judiciário tivesse um viés de contatar outras comarcas para auxiliar em adoções mais complexas, como crianças de mais idade e grupos de irmãos. Essa prática já é realizada pelos GAAs, porém acreditamos ser uma atribuição mais segura quando feita pelo judiciário. A interação entre os abrigos aparece na fala das coordenadoras como constante, porém não foi falado sobre alguma diretriz a ser seguida, apenas contatos mais informais o que mostra que as instituições não têm definições tão claras a respeito de como deveria ser suas atividades.

Quando se tratando dos esforços pessoais, vemos que existe uma sobrecarga em alguns atores do sistema de adoção, em especial, sobre as coordenadoras dos abrigos e as voluntárias das ONGs. Isso pode resultar em desmotivação e conseqüentemente disfunções no sistema, como por exemplo, a falta de cadastramento das crianças no CNA. Seriam necessárias campanhas chamando ao voluntariado aqueles que se interessam pela causa, para que assim houvesse mais mão de obra nesse sentido. Os recursos são escassos e com isso é visível a diferença do abrigo autossustentável para o abrigo mantido pelo município, tendo isso recorrer ao trabalho voluntário pode ser uma alternativa interessante.

Levando em consideração a aproximação da pesquisadora com o GEAD-JP a partir da observação participante, um ponto de melhoria observado foi a quantidade reduzida de voluntários sem previsão de seleção para novos integrantes. As voluntárias estão no grupo desde sua fundação, suas áreas de atuação e formação não têm nenhuma relação com gestão. O pouco conhecimento sobre o gerenciamento de mídias sociais também é um problema, tendo em vista o grande poder de divulgação que as redes possuem atualmente. Uma aproximação com as universidades e participações em projetos de extensão, poderiam trazer uma renovação no corpo de voluntários, proporcionando novas visões ao grupo.

Os esforços pessoais dos pretendentes ainda são poucos e precisam ser estimulados. Como visto na fala de uma das pretendentes, ao acontecer uma mobilização social a Vara da Infância e Juventude, que antes estava desestruturada, com processos atrasados e prejudicando os pretendentes, voltou a seu funcionamento normal, inclusive com melhores condições. O que mostra que a mobilização da sociedade civil, principalmente dos pretendentes, que são uns dos maiores interessados na causa, é de grande importância e deve ser estimulada sempre que possível.

Outro esforço analisado nas entrevistas foram as campanhas relacionadas à adoção. A opinião dos entrevistados pode ser vista a seguir em uma sub seção, tendo em vista a importância da opinião dos entrevistados com relação a essas campanhas, o que servirá de base para os esforços de marketing sugeridos ao final do trabalho.

4.2.3.1 Campanhas

No tocante aos esforços, é de suma importância ressaltar a questão das campanhas com relação à adoção no Brasil, nessa seção veremos a opinião dos entrevistados quanto às campanhas sobre adoção veiculadas nas diversas mídias.

Na percepção dos entrevistados, existem poucas campanhas em prol da causa, fazendo com que a sociedade não tenha muitas informações e exista pouca familiaridade com a causa. Essa falta de informação resulta em preconceito e ideias ultrapassadas sobre o processo legal que é realizado atualmente, e também sobre o gesto da adoção em si. Alguns fazem alusão ao esclarecimento

Acho que precisa ter mais. Assim, eu acho que melhorou em relação ao que era, mas, por exemplo, campanhas com relação ao projeto Acolher, que deixem... as pessoas se informem mais, não pra estimular a adoção, mas também pra desmitificar uma série de ideias que as pessoas têm. Porque, assim, as pessoas julgam muito as pessoas que doam seus filhos, e a gente sabe que não é uma decisão fácil. Muitas mulheres não fazem... deixam de doar de forma correta ao Estado por medo, medo de ser presa, enfim, mil preconceitos e ideias falsas que tem a respeito disso. (Preendente 4).

[...] mais uma vez entra o marketing, se você não divulga não tem jeito. **As pessoas não têm informação e quando têm é pouca, e é um viés muito...** por exemplo, agora tá passando uma novela aí que já falou várias vezes assim, a mocinha bem sacana, a razão vai aparecer já já, é porque foi trocada. Quer dizer, tem duas irmãs, uma viveu com as freiras, é sacana. A outra conviveu com os pais, ela é legal. [...] Então sempre essas aparições sempre... terminam influenciando. É como se pensasse “Se é gente ruim é porque não é biológico”, tem nada a ver (Desembargador).

Então a minha percepção em relação a isso, **é que quanto mais a gente puder dar, fornecer e nutrir as pessoas em relação a essa questão, melhor** (Coordenadora 2).

As campanhas, elas existem. Só que eu acho que são muito poucas, muito pouco mesmo. Assim, tem o Tribunal. Né? A Justiça, ela... ela enfatiza, eles dizem que tem um site, que você pode pesquisar... Você vê uma coisa ou outra na televisão, apesar que eu já percebi ultimamente que tem... tem jornais, matérias que tratam sobre adoção, devagarzinho... eu ‘tou percebendo que devagarzinho eles estão entrando no mundo da adoção... (Preendente 1).

É possível perceber a necessidade de se produzirem mais campanhas de conscientização da população com relação ao passo a passo do processo de adoção, as etapas de uma entrega consciente, como também a respeito da realidade das crianças nas instituições acolhimento. Como conclui Damaceno (2019), as campanhas de marketing com relação à causa da adoção podem trazer um maior engajamento da sociedade por meio das informações veiculadas, já que as campanhas “são o ponto de partida para que as pessoas tenham conhecimento e se esclareçam sobre o processo de adoção” (DAMACENO, 2019).

Outros pontos evidenciados nas falas de alguns entrevistados, foram o fato de não se atentarem para campanhas relacionadas à adoção antes de se interessarem pelo assunto, como

também de não relacionarem questões de marketing com a temática da adoção e, por esse motivo nunca terem feito uma reflexão do tema por essa perspectiva.

[...] **eu acho que eu não percebia muito se existia, se acontecia eu não percebia muito né?** (risos) Acho que quando a gente entrou no processo foi que a gente começou a ver mais, a olhar de outra forma (Pretenente 2).

Mas após entrar no processo, as campanhas que a gente percebeu, foram campanhas boas. Aquelas que saíram, do TJ, na semana da adoção, acho que foi fantástico assim. Dá uma visibilidade diferenciada assim, o que a gente tem visto pelas redes sociais, por exemplo, nos grupos...o CEJA de Pernambuco, o que eles fazem de publicidade acho que é muito bacana, a forma como eles fazem. Eu não vi ainda nenhuma campanha que eu disse “Poxa, essa campanha não ficou legal...”, mas acho que ainda é pouco. É muito institucional, as campanhas... são muito institucionais, então é TJ... não vi de outras fontes, essas campanhas (Pretenente 3).

Eu acho que sobre adoção **tem muito pouca coisa, né?** [...] Então assim, eu particularmente acho que... eu não sei, vou falar sinceramente pra você, acho que eu nunca me preocupei muito em ver essa questão da adoção deste lugar de marketing (Coordenadora 2).

Também foi ressaltada a importância de campanhas duradouras, o que corrobora com o pensamento de Nguyen, *et. al* (2014) com relação à mudança de comportamento. Para os autores, esse tipo de mudança acontece quando se tem ações consistentes sustentadas ao longo do tempo, então se as campanhas se concentrarem apenas no mês de maio, mês reservado para a visibilidade da causa, não produzirão mudanças sustentáveis.

Eu acho que, outra coisa também importante... **eu acho que campanhas permanentes.** Porque a campanha, quando é esporádica, a pessoa vai e diz “Ah, entendi...” Em vez de dizer “Ah, eu vi uma campanha lá do Tribunal de Justiça que é muito boa”, e realmente são bem elaboradas, mas é praticamente um período. E, se existisse assim, alguma coisa permanente, aí seria bem bacana. Eu acho que as campanhas seriam importantes se fossem permanentes, evidente, né? (Promotora).

Acho que então o marketing pode realmente alterar isso [...] Então é preciso desmistificar isso, campanha intensa pra desmistificar isso, 24 horas no ar (Desembargador).

Falando sobre a importância das campanhas e o que deveria ser contemplados, os entrevistados mencionaram desmistificar a adoção e a sensibilizar as pessoas sobre essa possibilidade de filiação.

Então acho que passa por **uma sensibilização pra trazer informação, pra mostrar a realidade pras pessoas e eu acho que isso, trazer depoimentos de pessoas que adotaram e mostrar...** enfim, que é uma possibilidade, **acho que trazer essa possibilidade pra que as pessoas... não fazer uma lavagem cerebral nas pessoas,** sabe? Acho que... sabe? **Não é pra todo mundo, acho que as pessoas têm que ter consciência daquilo que elas podem enfim...** fazer o que cabe na vida delas. Mas eu acho que informar e trazer essa possibilidade é importante pra tirar esses desentendimentos que as pessoas têm sobre adoção e... sobre a origem das crianças e porque que elas tão lá (Gestora ONG).

As campanhas deveriam desmistificar mesmo né? Acho que tivemos várias, essa adoção legal, essa questão que o filho adotivo tem os mesmos direitos que os filhos biológicos né? E é importante as campanhas, mas é importante também a gente discutir... [...] Então por isso que as vezes as novelas, seriados, os filmes, as vezes

trazem mais reflexões justamente porque as pessoas conseguem até fantasiar que aquilo é uma realidade, não é apenas um filme ali que foi montado. Até porque tudo isso é baseado em fatos reais, nada vem de forma não programada. Mas mesmo assim, as campanhas têm sim suas vantagens, porém precisa haver toda uma discussão e reflexão (Presidente GEAD-JP).

Com relação ao que foi colocado pela Presidente do GEAD-JP, temos que novelas, séries e filmes não se tratam de ações marketing social, mas sim de marketing relacionado a causas. Todavia poderiam ser realizadas parcerias, fazendo com que existisse um apoio governamental, representando o *upstream*, nessas ações de marketing relacionado a causas para aumentar a influência das empresas, produtores de conteúdo, agências cinematográficas, entre outros atores do *midstream*, sobre o *downstream* (MAY; PREVITE, 2016). Essa publicidade cooperativa desenvolvida entre governo e empresas, poderia ser incentivada por uma certa redução de impostos para aquelas que passassem a veicular informações relacionadas à adoção no Brasil em suas campanhas (TRUONG, 2017).

Foi pontuada também a necessidade de esclarecimento sobre as alternativas para aqueles que não tem interesse em adotar, mas que poderiam ajudar de outras formas. Uma modalidade que traria bons incentivos às crianças que se encontram em situação de abrigo seria o apadrinhamento, na qual os interessados podem ajuda-las financeiramente, por exemplo, custeando um curso de línguas, ou até mesmo as ajudando nas tarefas escolares.

Essa questão do apadrinhamento, a gente poder incentivar mais o apadrinhamento, muitas vezes você não quer... você já tem sua família, não quer mais filhos, mas você pode ser um padrinho, você pode ser uma madrinha, porque não? Então independente de ser um padrinho ou madrinha de forma financeira, afetiva ou até mesmo o padrinho social né? Você podendo atender uma criança, você podendo ajudar um reforço escolar... tanta coisa que você pode fazer (Presidente GEAD-JP).

Outra questão citada como importante a ser abordada em campanhas, foi a possibilidade de adoção de crianças maiores, que não possuem tanta visibilidade quanto os bebês, mas que somam a maior parte das crianças nas instituições de acolhimento. Hall (2015) faz uma reflexão sobre um sistema de crenças existente na sociedade que cria certos paradigmas e formam um senso comum relacionado a determinados assuntos. Ele levanta que compreendendo esse sistema e, como o mesmo foi criado e sustentado ao longo do tempo, se pode obter respostas de como alterá-lo. Percebemos que é comum que os pretendentes que frequentam as reuniões dos GAAs aumentem a idade no perfil pretendido, visto que passam a entrar em contato com famílias que adotaram crianças mais velhas e começam a enxergar esse tipo de adoção como uma possibilidade que não haviam cogitado anteriormente. Um sistema de crenças que rodeia o tema da adoção é de que as crianças “adotáveis” são apenas as menores, que ainda não possuem opiniões ou alguma visão de mundo formada.

É, tem que atuar nas duas direções. Né? **Assim, tanto nas campanhas, porque de fato há uma questão de perfil.** A maioria... é como as campanhas dizem as informações, as notícias, há um descompasso né? A quantidade de pretendentes é muito maior que a de crianças e, porque tem tanta criança? Então há realmente isso, e **as campanhas são importantes pra amadurecer os pretendentes**, nessa alteração de perfil (Pretendente 4).

As etapas necessárias para a entrega consciente da criança também foram citadas como um tópico necessário nas campanhas de marketing sobre adoção, tendo como público alvo as mães que não querem ou não podem cuidar de seus filhos. Também esclarecer os direitos que essa mulher pode receber, como acompanhamento psicológico e jurídico.

[...] eu acho que seria uma ação importantíssima... [...] Mas de... **eu diria que de esclarecimento, sobre não só o processo em si, como você, caso queira, tenha possibilidade de entrar numa fila de adoção, e etc. De se colocar à disposição para receber uma criança.** Mas também **para aquelas pessoas que querem, que percebem que não têm condições de ficar com seu filho**, querem que seu filho tenha outras possibilidades, que ela em si, naquele momento, na percepção delas, não tem a condição de fazê-lo. Então, assim, não tem (Pretendente 5).

Então, campanhas poderiam ser muito boas e oportunas pra isso, entendeu? **Que existem projetos, que existe apoio, acolhimento nas instituições judiciais, onde a mulher possa ir e amadurecer a ideia, se de fato quer doar ou não** (Pretendente 4).

Uma opinião que vai de encontro a todas as outras é a da Promotora, que acredita a população tem as informações, sabe como é o processo mas ainda praticam as adoções ilegais por serem mais rápidas e acessíveis. Essa opinião também contraria o estudo de Damaceno (2019), no qual a falta de conhecimento da população sobre o processo de adoção é evidenciada como um entrave para a temática.

Eu creio que não seja falta de campanha. É porque hoje, a gente não pode dizer que as pessoas não conheçam. As pessoas sabem o caminho legal, sabem sim, com certeza sabem. E a gente percebe que é justamente porque elas estão acostumadas a fazer isso, e achar que depois a Justiça vai ratificar o que ‘tava errado. E, de certa forma... de certa forma, Justiça nenhuma vai passar... vai, depois de dois anos que ‘tá uma criança com um casal, vai simplesmente dizer “Não, você começou ilegal, eu vou tirar.” Porque no momento em que você vai pesar o que é que é mais importante, se é pros adotantes, as pessoas adotantes, ou pra aquela criança, evidentemente que a gente vai ter pensar no melhor interesse dela, porque é um princípio que a gente tem que seguir por ele, né? Então, nessa hora, o principal a gente vai pensar o que é melhor pra ela. [...] Eu acho que a gente tem que descobrir o mais rápido possível, pra tentar fazer com que aquela criança, ela saia daquela ilegalidade, e seja entregue pra um casal habilitado, né? (Promotora).

Alguns entrevistados não concordam com as campanhas existentes, pois acreditam que elas expõem as crianças de forma negativa, tendo um foco demasiado nos interesses dos pretendentes e não no melhor interesse da criança.

[...] acho que a gente mudou já bastante coisa assim, a própria questão das **campanhas que antes a gente fazia e não faz mais, por acreditar que não é a solução.** Ou pelo menos que é muito paliativo e que tem um risco muito grande pra criança [...] Então,

eu acho que **muitas vezes não é pensando no bem-estar da criança. É pensando em “Ah na minha gestão, como que eu posso aparecer mais?”** Não aparecer mais, mas assim ficar... o que nos parece muito assim, e eu tenho a impressão de que as ações do judiciário que são muito assim, não parecem que querem resolver o problema na raiz, parece que querem desovar crianças sabe? “Olha nós conseguimos X adoções”, sabe? E a que custo? **Eu acho que as vezes não tem um acompanhamento prévio nem posterior, não se sabe depois de concretizadas essas adoções como que fica a criança.** Parece que não tem uma preparação da família, não tem... parece que é a todo custo assim. Então a gente enxerga algumas dessas campanhas como não muito cuidadosas. E a gente tem tentado ter um cuidado dentro do Adoção Tardia cada vez maior com isso, pra que a ânsia de querer ajudar não acabe causando mais malefícios. Porque é muito comercial assim, tudo. Disso, baseado na imagem, baseado na imagem da criança órfã e abandonada, a criança bonitinha e... acho que isso tem que ter um certo cuidado. Pelo menos é assim que eu vejo (Gestora ONG).

Às vezes deixam muito a desejar... vejo que não é a forma de fazer, tá? A gente tem que ter muita... muito pé no chão, com relação a gente expor essas crianças e adolescentes. É uma realidade que toda sociedade conhece, então assim eu não concordo com determinadas campanhas (Conselheira).

A promotora também não apoia a exposição e a forma como algumas campanhas são feitas, como exemplo no Instagram do CEJA/PE. Entretanto o Desembargador coloca que **“Ninguém ama o que não conhece,** é preciso que haja essa divulgação, com cautela pra não ser exposição”. Outra opinião encontrada foi a de que apesar da exposição das crianças, pelo menos a temática está sendo colocada em discussão e não em uma postura passiva, como normalmente acontece.

E também, assim, a questão das crianças maiores. Né? Acho que campanhas são muito importantes para dar mais visibilidade. Porque a gente sabe que tem estados que são bem avançados, Pernambuco, São Paulo e outros. E tem estados onde você vê que, de formas diferentes. Isso é um pouco polêmico, né? Tem gente que acha que ‘tá expondo a criança, mas de qualquer modo tratando do assunto. [...] Então, mais campanhas pra mostrar as crianças reais, são bem importantes também (Pretenente 4).

Com isso percebemos o dilema que rodeia esse ponto, existe uma linha tênue entre exposição das crianças e divulgação da causa. Esse dilema se encontra também na fala dos entrevistados que possuem a opinião de que as campanhas deveriam ser mais cuidadosas com a imagem das crianças, porém que devem existir cada vez mais para que haja uma conscientização da população. Com relação a isso, Nguyen *et. al* (2014) fazem considerações sobre a importância de aumentar a acessibilidade ao produto/serviço, diminuindo assim o risco social. Esse risco social no caso da adoção corresponde ao constrangimento de estar “fora do padrão” e dos costumes da sociedade, que prega que filiação só é legítima por meio da gestação. Trazendo a referência para o caso da adoção no Brasil, não nos parece o ideal expor demasiadamente as crianças visando aumentar o número de adoções. Entretanto, aumentar a acessibilidade à causa, que aparece muito reservada em relação às outras causas sociais, nos parece uma opção viável e que traria uma visibilidade maior a essas crianças como

consequência. Para tanto, intervenções governamentais que visassem aumentar a exposição e acesso ao tema, aumentando a familiaridade da sociedade e diminuindo o risco social seriam de grande valia para a temática (NGUYEN *et. al.*, 2014).

Outra questão discutida foi sobre **quem deveria ter a responsabilidade de fazer as campanhas com relação à adoção**. A maioria dos entrevistados relatou que seria importante a realização de parcerias com outras fundações ou instituições, porém a Gestora da ONG fez algumas ressalvas nessa questão, afirmando ser uma responsabilidade do Estado realizar essas campanhas, seguindo uma diretriz única, firmando parcerias com outras instituições, mas não delegando atividades que dizem respeito às atribuições do Estado.

[...] seria uma campanha por parte... que isso tem que ser de fato uma ação do próprio TJ, pode ser em **parceria com outras instituições**, etc (Pretenente 5).

Não. Eu acho que é uma coisa assim, (responsabilidade) **da sociedade civil como um todo**. Eu acho que, não só é, de forma alguma... eu acho que todos se unindo seria muito melhor, né? (Promotora).

Acho que não é exclusiva do poder público, acho que talvez devesse partir né? É complicado isso, mas **eu acho que não é exclusiva, eu acho que não há problema em compartilhar isso desde que seja de forma responsável e... com as motivações certas. Não delegando, mas talvez como uma pulverização assim, como uma forma de alcançar mais pessoas**. [...] A gestão... e acho que as campanhas acontecem um pouco assim né? Cada um faz como pensa, então talvez se tivesse uma diretriz, uma prática unificada sabe? “Olha, não se deve expor a criança. Não se deve expor... tem que ter um acompanhamento prévio, tem que ter um acompanhamento posterior...” se tivesse uma coisa assim mais unificada, eu acho que poderia funcionar bem, sabe? Tipo juntar mesmo as pessoas pra discutir isso e levar em conta... (Gestora ONG).

Nos estudos empíricos advindos da revisão integrativa de literatura, observamos que a responsabilidade da maioria das campanhas de marketing macrossocial é de responsabilidade do governo, porém como o que foi sugerido pelos entrevistados, acreditamos que existe a possibilidade de haver um compartilhamento com atores do *midstream* como ONGs e empresas que se interessem em veicular a causa. Como já foi citado nessa seção, incentivos fiscais podem ser uma boa estratégia para atrair uma maior quantidade de agentes que podem influenciar mudanças no *downstream* por meio de campanhas de marketing relacionado a causas.

Vimos aqui que as campanhas a respeito da adoção foram consideradas pelos entrevistados como sendo muito poucas, e, que por vezes causam exposição desnecessária das crianças. Acreditamos que campanhas duradouras que estimulassem a adoção por meio de depoimentos de famílias que já passaram pelo processo, relatando seus desafios e pontos positivos seriam de grande valia para a promoção da causa. Como visto em Damaceno (2019), cenas de comoção que contem histórias reais são ideais para compor as campanhas de marketing social em prol da adoção.

Quanto à exposição das crianças, esta ficaria restrita aos pretendentes que constam no Cadastro Nacional da Adoção e o investimento maior seria em campanhas informativas que desestimulassem a adoção direta, evidenciando os prejuízos que pessoas que agem na ilegalidade poderiam ter. São importantes campanhas que comuniquem o passo a passo necessário para uma adoção legal e também que mostrem a realidade dos abrigos com relação ao perfil das crianças que lá estão. Outro ponto necessário a ser desmistificado pelas campanhas de marketing social é a visão negativa a respeito das mães que doam seus filhos.

Discutiremos alguns dos esforços sugeridos ou citados aqui na seção 4.3 desse trabalho, fazendo uma análise à luz do marketing macrossocial a fim de sugerir possibilidades mudanças que gerem resultados positivos no sistema de adoção. Nesse ponto refletimos sobre os esforços existentes atualmente no processo e também expusemos práticas sugeridas pelos entrevistados para a melhoria do sistema, tendo isso abordaremos alguns aspectos subjetivos relatados pelos pretendentes e adotantes com relação a realidade da adoção.

4.2.4 Questões subjetivas

Aqui abordaremos a adoção real e não romantizada, diferente do que aparece em muitas campanhas. Acreditamos ser importante expor os relatos dos adotantes e pretendentes em relação aos desafios da adoção, mudanças no cotidiano familiar, a receptividade dos familiares e amigos, a percepção de tempo do processo, o suporte recebido, entre outras questões.

Com relação aos **desafios da adoção**, temos as falas da Coordenadora 1 que passou pelo processo de adoção de uma menina de 8 anos e também do casal que adotou um menino de 10 anos. Esses pais expõem os desafios, principalmente do início do período de convivência, que é um período conturbado. Também dizem ser necessário estar ciente da decisão que estão tomando e preparados para o que tiverem de enfrentar.

Eu tenho uma filha adotiva também, e assim tenho um amor por ela que se assemelha com o dos meus filhos, geneticamente falando, certo? **Mas ela foi a pessoa que mais me deu trabalho**, entendeu? Meus filhos não, mas ela foi quem mais me deu trabalho. Por não gostar de estudar, por não ter um... quando veio pra mim já tinha uma estrutura formada, uma mente já preenchida. Ela tinha 8 anos quando veio morar comigo, hoje ela tá com 39 (Coordenadora 1).

[...] mas foi uma adoção que... quando eu peguei ela pra adotar eu sabia dos desafios, até porque já tinha vivido né? Então eu tive que ter estrutura pra direcionar tudo isso, entendeu? Então é uma coisa muito boa, mas é preciso ser muito bem feita, é preciso a pessoa ter discernimento e ter certeza do que quer (Coordenadora 1).

Nossa! **No começo foi muito difícil, muito difícil**. Porque... ele era muito traumatizado, ele era muito fechado. Ainda é, muito fechado. Então, a gente sofria muito por questão de escola. Não é?... Nossa! **Nós fomos chamados na primeira semana quase todos os dias** (Adotante 1).

Aí, a gente resolveu tentar. **Mas teve um período muito difícil**, já aqui, nesse apartamento. Difícil, mesmo. De começar a ter medo, era... Ele abriu o gás do botijão, deixou aberto. Com certeza, não tinha noção que... no que poderia dar... mas fez. E um monte de... de coisas assim. Só que nunca cedemos (Adotante 2).

A Adotante 1 atribuiu a grande dificuldade nesse período, não só aos traumas vividos por seu filho, como também à idade, visto que é um pré-adolescente e segundo ela é uma fase que independente de ser filho adotivo ou não, até mesmo se for adotado bebê continuará sendo uma fase complicada. A Coordenadora 1 também relata que conscientiza bastante os pais que chegam até o abrigo na fase do estágio de convivência, com relação aos traumas, que por mais que trabalhados nas sessões de terapia, em algum momento vão aparecer e os pais tem de saber lidar com isso.

É difícil, é muito difícil. Essa idade... É isso que eu falo assim, dá dificuldade **mas a dificuldade, se eu tive adotado ele com 3 anos, quando ele chegasse a 13, 14, 15, ele ia passar do mesmo jeito**, porque minha mãe passou, comigo passou com meu irmão. [...] Então, assim, não adianta. Essa questão assim, de “Ah, eu vou pegar um menino de... recém-nascido, porque eu vou educar ele...” Oh, meu amor. Não se iluda, não. Porque uma criança que vem dentro da tua barriga, tem um monte aí preso, ou morto, que viraram bandido... (Adotante 1).

Então eu sempre deixo muito... “Se você não se sentir tocada, se você não tiver a certeza de que esse ser vem pra sua mão, vem viver na sua família, mas que você vai enfrentar barreiras, vai enfrentar várias situações.... **porque essa criança, na maioria das vezes, está destruída por dentro...**”, **por mais que sejam acompanhadas no acolhimento por psicólogos, psiquiatra, tenha todo um apoio... mas é complicado. Então essa pessoa precisa estar preparada, ter amor acima de tudo né?** Pra saber que tem todos esses desafios e que você tem que ter discernimento, você tem que ter coragem pra passar por cima disso tudo, porque as dificuldades vão existir né? (Coordenadora 1).

Os entrevistados também relataram **as mudanças** que a adoção proporcionou, tanto no cotidiano familiar como em outras questões de suas vidas.

É... (risos) A gente já fica pensando em escola, como vai ser a rotina de escola, como vai ser questão de tarefas, a gente fica fantasiando um monte de coisa. Levar filho pra cortar cabelo, horário de brincar, horário de assistir TV... (Pretendente 2).

Tudo. Nossa! A vida mudou toda (Adotante 1).

A gente já tinha conversado sobre isso. Não quer ter problema, não tenha filho (Adotante 2).

Porque uma adoção é... independente da idade que seja, mexe com toda a estrutura familiar né? Queira ou não queira, mexe e é preciso que seja uma coisa muito bem feita (Coordenadora 1).

Uma questão relevante que foi levantada pelos entrevistados foi a dificuldade do **preenchimento da ficha correspondente ao perfil pretendido da criança**. Alguns afirmaram se sentirem muito desconfortáveis com essa parte do processo, por se assemelhar a uma compra de produto.

O que achei pior do processo era preencher uma ficha dizendo, como se eu tivesse escolhendo um produto e marcando especificações. É muito estranho isso. Ao mesmo tempo, você precisa fazer, porque senão você não se cadastra (Pretendente 4).

Marcou a entrevista, padrão, né? Aceita irmãos? Aceita com deficiência? Não aceita? **Aquela coisa, parece que você ‘tá comprando um objeto...** (Adotante 1).

A **percepção do tempo** analisada pelos pretendentes foi outro ponto importante relatado nas entrevistas. Enquanto alguns classificaram como um tempo positivo de preparação e amadurecimento, outros avaliam como muito negativo e moroso.

Eu acredito que **o processo foi importante, tá sendo importante**, sabe? Claro que existe a angústia, a ansiedade, alguns medos, que pra mim existiu... [...] Mas assim, **importantíssimo pra maturar essa gestação**, sabe? Maturar isso, amadurecer... com certeza se nós... isso é uma hipótese bem remota, se nós tivéssemos adotado em janeiro não seria da mesma forma se acontecer agora ou daqui a algum tempo. Porque esse tempo ajuda a amadurecer a gente também [...] Então o tempo, ele foi muito importante, é muito aliado nesse sentido. (Pretendente 3).

Eu ‘tava entendendo assim, “Não. Não é pra ser agora, mas a vida via se acalmar de novo, e eu ‘tou sentindo que nesse momento, é um momento bom, ‘tá um momento oportuno, e acho que, de algum modo, essa espera foi importante, sabe? **Eu acho que hoje eu serei uma mãe melhor do que seria se tivesse chegado a... a um tempo atrás** (Pretendente 4).

Divergindo dessas falas temos a Adotante 1 que avalia como muito moroso e difícil. Vemos também um dilema com os pretendentes 4 e 5, que estão no processo há 5 anos, acreditam que o tempo é importante para amadurecer a ideia de serem pais por adoção, mas avaliam como demasiada a demora em seu processo. Que apesar da desestruturação da Vara durante 2 anos, ainda assim seriam 3 anos efetivos de espera. Porém agora se sentem mais preparados, principalmente por estarem frequentando assiduamente as reuniões do GEAD-JP e verem outras adoções acontecendo.

Nosso processo demorou um ano pra poder ‘tá habilitado. [...] Um ano e dois meses. Pra gente ficar simplesmente habilitados (Adotante 1).

É. Tire dois anos. Ficam três. **Efetivamente, são três.** Nosso tempo passou, mas não passou. Porque tava parado. Você não via as adoções acontecendo, ‘tava tudo desestruturado (Pretendente 5).

Só não esperava que fosse tão demorada assim. Mas também a gente sabe, depois desse tempo todo, que tem outros fatores, que não só a morosidade da Justiça que... da nossa história mesmo, uns problemas que foram acontecendo... que também favorecem esse tempo todo. [...] Só que, nesse meio tempo, na nossa vida... assim, a gente tem problemas familiares com meu pai, com a minha mãe. Entendeu? Eu ‘tava no meio de um doutorado, aquele caos... Então, assim, a gente nem indo atrás porque, se nesse tempo, tivesse chegado a criança seria um tumulto tão grande, que... a gente ‘tá num demora-demora, que... quando as coisas foram acalmando, aí... mas **‘perai, ‘tá demorando demais** (Pretendente 4).

O Desembargador expõe sua percepção a respeito do tempo de espera ao adotar seus filhos e coloca o perfil como um grande aliado, tendo em vista que adotou crianças com o perfil fora do pretendido.

[...] o meu último filho ele já tinha 10 anos de idade quando eu adotei, portanto **não esperei muito não, porque foi só o tempo de transitar em julgado a decisão** que decretou a perda do poder familiar dele [...]. Mas não demorou muito, pela faixa etária é... e ser da cor... da raça negra e tal, masculino... por várias razões não era o público... digamos assim, mais pretendido. Outra foi com 4 anos, que aí não teve também por questão de raça, também não era grande a disputa não. E na outra foi menor ainda, porque tinha pouquíssima gente inscrita, o cadastro tinha sido instalado há pouco tempo e minha esposa quando apareceu “Já tô inscrita e quero!” (Desembargador).

Falando da **receptividade da família e amigos** as respostas foram bem diversificadas. A Pretendente 4 compartilhou desde o começo com sua família e teve um grande apoio, enquanto a Pretendente 1 sente a rejeição das pessoas mais próxima, mesmo sem ter iniciado o processo judicial. Os Pretendentes 2 e 3 também sentiram a rejeição da família, principalmente por serem um casal homo afetivo, porém afirmaram ter apoio dos amigos.

Era assim, **foi muito bem recebido na família**, né? [...] A gente sempre compartilhou, nunca foi assim, um segredo na vida, **tanto com os amigos tanto com a família, sempre foi muito bem recebido** (Pretendente 4).

Só... na verdade, assim em relação as pessoas próximas, né, Que elas têm um... um **determinado tipo de preconceito em relação a adoção**. E eu ‘tou sentindo assim, uma certa rejeição assim, né. Mas nada que me abale... isso aí, eu não tenho problema quanto a isso, não. [...] É, **a família, amigos, umas rejeições veladas**... mas, por enquanto, a gente também não ‘tá dizendo pra todo mundo, só pra, assim, pessoas que a gente acha que elas estão mais adeptas a ouvir sem criticar, sem querer atrapalhar o processo (Pretendente 1).

Eu acho que da família, eu acho que é de onde a gente sentiu maior preconceito. A família eu acho que... mas a gente já esperava isso, né? Porque eles já enxergam assim, torto a relação de dois... entre dois homens. [...] **enquanto os amigos... eles já têm um monte de tios e tias, a torto e a direita** (risos). Todo mundo doido pra chegarem (Pretendente 2).

Uma questão que emergiu no discurso dos pretendentes foi a importância do **suporte** dos atores no processo de adoção, que muitas vezes apareceu como limitado, em especial por parte da Vara da Infância e Juventude, sendo “substituída” pelos grupos de apoio ou até pelas próprias equipes técnicas dos abrigos.

Porque eu ficava pesquisando, ia no site do Tribunal, **mas não via como isso se concretizava**, ficava imaginando na minha cabeça, até aparecer o GEAD (Pretendente 1).

E às vezes, até tenso. Não é? Às vezes tenso, **tem vez que você pensa que tá incomodando, assim... como se a gente tivesse cobrando**. A gente vai lá (na Vara da Infância e Juventude), “Olha, como eu estou na fila?” , aí já... **Eu noto eles bem na defensiva... a sensação que eu tenho quando vou** (Pretendente 4).

Pra você ter uma noção. Entendeu? Quem nos auxiliou, quem conversou com a gente foi padre X, foi X, que é assistente social lá de Pedras de Fogo, mesmo. Entendeu? Assim, **ela que veio aqui, ela que tirou um tempo pra nos ajudar, porque a situação ‘tava crítica**. [...] **Agora, daqui de João Pessoa, da Vara, nós não tivemos nenhum**. Nenhum. Eles só fizeram a obrigação deles, que era a entrevista. Mais nada (Adotante 1).

Aí, quem ajudou a gente foi a Presidente do GEAD-JP. **Ela veio conversar, ela acompanhou, ‘tava na crise, mesmo** (Adotante 2).

Podemos observar que o GEAD-JP se apresenta como o principal ator quando se trata do suporte tanto a esses pretendentes ansiosos pela chegada de seus filhos, quanto às famílias recém formadas por adoção. Considerando que a Vara da Infância e Juventude encerra o seu trabalho ao finalizar o processo de adoção e os adotantes acabam por ficar sem apoio algum. Outra fala que apareceu de forma relevante foi que o grupo e o contato com outros pretendentes, traz materialidade a um processo que aparece como algo muito distanciado da realidade.

Teve... como teve momentos que fica mais aflorados, né? Mais forte essa... “Olha, a gente ‘tá na fila, ‘tá esperando”, tal... mas tem momentos que parece que esquece, por causa do tempo. **E aí, a partir desse ano, ficou um pouco mais presente no nosso cotidiano pelo fato da... é... de estarmos participando dos grupos, né?** Ajuda muito. **Materialidade, né? Fica mais real. Sai do abstrato. Você conversa com outras pessoas, que também estão esperando, ou que já adotaram** (Pretendente 5).

E o Grupo, quando eu descobri por acaso, andando na rua, **eu vi que aqui é realmente o lugar que eu vou encontrar apoio, onde eu vou encontrar a informação necessária** (Pretendente 1).

[...] **uma coisa que eu acho que contribui muito é a questão da participação da gente no grupo de apoio, né? Do GEAD. Eu sempre costumo dizer que é um alimento pra gente, acho que o que nutre a... esse processo, a nossa cabeça, as nossas ideias, a gente ver outras pessoas falando, dando depoimentos, né?** Então a mente da gente se abre, mas eu acho que a esperança continua ali, que vai chega a qualquer momento... a gente fica mais, eu acho que esperançosos. [...] **além das pessoas que fazem... que estão no mesmo processo, participando do mesmo processo com a gente né? Então a gente vez ou outra sai ou conversa, e fala sobre o assunto** (Pretendente 2).

Então, assim, esses... **esses personagens, eu digo assim, principalmente, foi o GEAD... Na nossa vida foi o GEAD, porque... A Vara, é muito limitada, é muito seco** (Adotante 1).

Tendo isso, vemos a importância desse ator que se apresenta como informal no sistema, porém de extrema relevância para uma preparação maior desses pretendentes à adoção, como também um suporte àqueles que adotam. Além disso, o contato com outras pessoas que estão passando pela mesma situação, compartilhamento de informações e dicas.

Com relação às questões subjetivas que podem servir de suporte para a criação de campanhas, observamos os desafios que cercam o processo de adoção e de convivência familiar, que não devem ser omitidos dos pretendentes. Além das mudanças positivas e negativas que a adoção causa na vida daqueles que se propõem a realiza-la. A percepção do tempo de espera dos pretendentes é bastante subjetiva, alguns citam como necessário para uma maturação da ideia de se tornarem mães e pais, se assemelhando a uma gestação, enquanto outros acreditam ser extremamente negativa. Acreditamos que se o processo fosse mais célere, haveria uma possibilidade de aumento no tempo de estágio de convivência, ou seja, essa

maturação não seria imaterial como citado por alguns, seria acompanhando as crianças nos abrigos, se aproximando da realidade das instituições de acolhimento, o que facilitaria na diminuição da idealização da maternidade/paternidade. A receptividade da família e dos amigos apareceu como importante, porém não tão influente como a falta de suporte dos atores do sistema. O apoio emocional aparece como fundamental no discurso dos pretendentes e acreditamos que os GAAs podem desempenhar essa função de modo a suprir essa demanda colocada pelos adotantes na Vara da Infância e Juventude. Então criar essa parceria fazendo com que a própria Vara estimule a participação dos pretendentes nos grupos de apoio, podendo até ter uma carga horária obrigatória, para que esse ator possa ampliar essa rede de apoio aos pretendentes.

Então fazendo um resgate geral do que foi dito nessa análise temos que os principais achados da Dimensão 1, na subcategoria Estrutura foram que o judiciário é o principal ator do processo de adoção, seguido dos conselhos tutelares, equipes técnicas e os grupos de apoio à adoção e que a Vara da Infância e Juventude aparece como a principal interação da maioria dos atores. Na subcategoria Críticas e Falhas vimos diversos pontos levantados pelos entrevistados, sendo os mais críticos a adoção direta e a falta de integração dos atores. Por fim, na categoria referente aos Pontos Positivos e Sugestões temos que a segurança e a multidisciplinaridade das equipes aparecem como pontos que devem ser mantidos no sistema. No entanto, deveriam ser criadas novas equipes da Vara da Infância e Juventude, responsáveis pela realização da busca ativa, tanto das famílias biológicas, para o estudo de caso da criança, quanto dos pretendentes habilitados para as crianças que constam no Cadastro. Essas informações estão resumidas no Quadro 9.

Quadro 9: Achados Dimensão 1

	Categorias	Achados
Dimensão 1	Estrutura	O judiciário como principal ator
		Conselho Tutelar, equipe técnica e grupos de apoio como demais atores
		Vara da Infância e Juventude como principal interação
	Críticas e falhas	Questão que antecede a adoção
		O acolhimento não é positivo
		Morosidade na garantia de direitos das crianças abrigadas
		Distanciamento do judiciário da realidade
		Morosidade no processo de adoção
		Falta de pessoal no judiciário e abrigos
		Falta de prestígio da Vara da Infância e Juventude
		Burocracia
		Adoção direta
		Falta de integração dos atores

		Egos
	Pontos positivos	Segurança, rigor e critérios claros
		Multidisciplinaridade da equipe
	Sugestões	Família acolhedora
		Novas equipes de busca ativa (famílias biológicas e pretendentes)
		Reciclagem das equipes existentes
		Estímulo a integração dos atores
		Agilidade e clareza nas informações
		Suporte no pós-adoção

Fonte: Elaboração própria (2020)

Com relação à Dimensão 2 temos que os principais achados da categoria referente ao Significado e Motivação, foram a carga emocional que rodeia o processo de adoção, que leva aos achados da categoria relativa à Complexidade do tema. Esse envolvimento emocional torna a adoção um processo diferenciado, bem como a destituição familiar que provoca dilemas nas opiniões dos entrevistados, que acreditam que deveriam ser processos mais ágeis, porém que são decisões realmente difíceis de serem tomadas. A idealização da maternidade/paternidade e também o estereótipo pretendido pelos adotantes acaba sendo uma das principais barreiras, tornando o processo mais complexo. Com relação a categoria referente aos Esforços, temos que os esforços institucionais ainda são poucos e precisam de divulgação. Os esforços pessoais podem ser sinônimo de sobrecarga quando se tratando dos atores do sistema, porém quando são realizados pelos pretendentes se tornam sinônimo de movimentação e mudanças na causa, o que se apresenta como positivo. Quanto à categoria referente às Questões Subjetivas do processo, temos os desafios e as mudanças que acontecem na vida desses adotantes, sua percepção do tempo, que aparece negativa para alguns e positiva para outros, e a necessidade de um suporte durante esse processo que por vezes acaba se tornando solitário, caso não exista uma integração em grupos de apoio. Essas informações estão resumidas no Quadro 10.

Quadro 10: Achados Dimensão 2

	Categorias	Achados
Dimensão 2	Significado/Motivação	Apelo emocional da causa
		Motivação dos pretendentes em buscar a adoção
	Complexidade	Não é apenas um processo
		Morosidade da destituição familiar e seus dilemas
		Idealização da maternidade
		Estereótipo de preferência
		Idade como impeditivo
	Esforços	Esforços institucionais
		Integração entre os abrigos

		Esforços pessoais que causam sobrecarga
		Esforços pessoais dos pretendentes
		Campanhas
	Questões subjetivas	Desafios
		Mudanças
		Percepção de tempo
		Receptividade família/amigos
		Suporte

Fonte: Elaboração própria (2020)

Tendo visto a opinião dos entrevistados com relação aos diversos temas da adoção, podemos seguir para uma reflexão de como as principais barreiras encontradas no sistema podem ser trabalhadas seguindo uma perspectiva de marketing macrossocial. Para isso, faremos algumas propostas de intervenção nos três níveis do sistema analisado.

4.3 Intervenções do marketing macrossocial

Como citado na justificativa desse trabalho, a adoção não é comumente abordada com esse viés de marketing, o que caracteriza uma das contribuições acadêmicas desse estudo. O marketing macrossocial é uma literatura recente que vem sendo utilizada para sistemas confusos e complexos, como o da adoção no Brasil. Por isso, acreditamos que a abordagem do marketing macrossocial é capaz de auxiliar tanto na compreensão do sistema confuso da adoção no Brasil, como na proposição de ações que gerem uma mudança social a respeito do tema.

Para a concretização dos esforços sugeridos pela metodologia de Kennedy (2017), trataremos alguns dos principais problemas emergidos das falas dos entrevistados e faremos uma relação com possíveis intervenções de marketing, visando auxiliar na diminuição do descompasso encontrado hoje nesse sistema. Essas intervenções deverão ser apresentadas no GEAD-JP e posteriormente levadas pelo grupo à Vara da Infância e Juventude, que foi apresentada como a principal interação do sistema, juntamente com outras percepções que o grupo possui sobre como melhorar o processo de adoção. Essa implicação prática ocorrerá em uma etapa posterior ao presente trabalho.

Sendo assim, relacionamos os problemas emergidos na fala dos entrevistados, com seus respectivos níveis e propusemos intervenções de marketing baseadas tanto nas sugestões colocadas pelos participantes da pesquisa, como também nos estudos empíricos de marketing macrossocial. Estes contribuíram com possibilidades de ações aplicadas nos mais distintos contextos e com os mais diversos objetos e objetivos, que respaldaram as propostas descritas

aqui. Os problemas encontrados, seus níveis e possíveis intervenções podem ser vistos nas subseções a seguir.

4.3.1 Intervenções do nível *upstream*

Os atores encontrados no nível *upstream* do sistema de adoção no Brasil foram os profissionais que trabalham diretamente Vara da Infância e Juventude, ou seja, pessoas do judiciário como juízes, promotores, desembargadores e defensores, como também a equipe técnica interprofissional composta por psicólogos, assistentes sociais, pedagogos, entre outros. Os demais atores do judiciário que estejam ligados ao CNJ, Corregedorias Gerais de Justiça (CGJ) e Tribunais de Justiça (TJ). Outro ator fundamental quando se trata de questões sociais é o governo, nesse caso podendo ser federal tendo em vista que a causa é problemática em todo o país.

Alguns dos problemas encontrados foram a morosidade no processo de destituição familiar, a lentidão no processo de adoção, a falta de informação da sociedade com relação à causa, as falhas na comunicação entre os atores do sistema e o curso de preparação dos pretendentes que deixa a desejar. Então identificamos possíveis causas para os problemas citados e com isso propomos intervenções, como também os responsáveis pela execução das mesmas. Essas informações podem ser visualizadas no Quadro 11 a seguir.

Quadro 11: Intervenções *upstream*

Nível <i>upstream</i>			
Problema	Responsabilidade	Possíveis causas	Intervenção proposta
Morosidade na destituição	Vara da Infância e Juventude (influências da equipe técnica dos abrigos)	Buscas por responsáveis demoradas	Criação de equipes de busca da Vara para auxiliar as equipes dos abrigos
		Tentativas de reintegração acima dos 2 anos previstos em lei	Sensibilização regular com líderes de comunidades para que orientem as pessoas a respeito da entrega consciente
		Burocracia nos processos	Mutirões de priorização desse tipo de processo
Lentidão no processo de adoção	Vara da Infância e Juventude	Falta de informação (pretendentes não são orientados sobre a possibilidade de dar a entrada do processo de adoção junto ao da guarda)	Panfletos informativos sobre possíveis ações que os pretendentes possam tomar, que agilizem o processo
		Essas crianças já estão consideradas em segurança nas suas famílias substitutas, então processos mais graves possivelmente ganhem prioridade	Campanhas de priorização desse tipo de processo, em especial no mês de maio, que é o mês dedicado à adoção

Falta de informação da sociedade com relação à adoção	Atores do judiciário (CNJ, CGJ, TJ e Varas da Infância e Juventude) e governo	Baixa quantidade/ausência de ações de divulgação/educação com relação ao tema	Campanhas educativas com relação ao processo de adoção legal e das outras modalidades de contribuição com a causa (apadrinhamento financeiro e afetivo, e a família acolhedora) para conscientização da sociedade
		Falta de interesse da população a respeito do tema	Campanhas de sensibilização, evidenciando a realidade vivida nos abrigos utilizando apelos emocionais e motivacionais que incentivem uma aproximação da sociedade com o tema (priorizadas e veiculadas nos melhores horários). Redução de impostos para empresas que apoiarem e divulguem a causa
Falhas na comunicação	Órgãos fiscalizadores do judiciário (como CNJ e CGJ)	Falta de capacitação para o uso do Cadastro Nacional	Treinamentos para melhor utilização das funcionalidades do Cadastro Nacional da Adoção
		Interligação dos atores	Fiscais estaduais do Cadastro (checagem periódica das crianças que estão destituídas nos abrigos que não constam no sistema)
		Concorrência entre comarcas	Reuniões interestaduais periódicas entre comarcas, como também reuniões nacionais de alinhamento
Falhas no curso de preparação dos pretendentes	Vara da Infância e Juventude	Feedbacks deixados pelos participantes do curso são subestimados, ou seja, as necessidades do público não são atendidas	Cocriação dos cursos e palestras juntos aos pretendentes/adotantes que já passaram pelo processo, como também outros atores do sistema (Ex.: GAAs)
		Atividade que se tornou automática por conta da sobrecarga de atividades	Dividir essa responsabilidade com outros atores, por exemplo, terceirizando o curso e/ou exigindo dos pretendentes um certificado de participação de X horas em atividades dos GAAs

Fonte: Elaboração própria (2020)

Algumas intervenções como a redução de impostos, publicidade priorizada em horários com picos de audiência, campanhas educativas para aumento da conscientização e a utilização de mídias nacionais foram analisadas como positivas e efetivas por Truong (2017). A sensibilização de líderes de comunidades foi considerada importante por Hamby, Pierce e Brinberg (2016), quando colocam a necessidade de obter legitimidade e adesão da população para gerar uma mudança social. A publicidade cooperativa entre governo e empresas foi considerada como efetiva por Nguyen *et. al* (2014), tendo em vista a necessidade de se diminuir o risco social em prol de tornar a adoção um ato legítimo de filiação perante as normas sociais. Outras intervenções emergiram das falas dos entrevistados e foram complementadas com nossas vivências relacionadas à temática.

Um ponto importante que poderia servir de pontapé inicial para as mudanças no *upstream* é o esclarecimento da população em geral com relação ao tema. Tendo em vista que as falas obtidas aqui corroboram com os resultados de Damaceno (2019), quando coloca que as pessoas tomam conhecimento do processo e das regras quando tomam a decisão de adotar. Para isso, campanhas de conscientização permanentes veiculadas em mídias nacionais (TRUONG, 2017) seriam de grande valia para iniciar uma discussão do tema com a sociedade, principalmente no momento atual em que a adoção vem sendo abordada recorrentemente em alguns meios como romances, séries e filmes.

4.3.2 Intervenções do nível *midstream*

Os atores encontrados no nível *midstream* do sistema de adoção foram os Grupos de Apoio à Adoção, as ONGs, as instituições de acolhimento, empresas que promovem responsabilidade social, hospitais, maternidades e médicos de comunidade que acompanham o pré-natal das gestantes.

Alguns problemas encontrados foram a baixa procura dos pretendentes por atividades em GAAs, a falta de visibilidade das atividades desenvolvidas pelas instituições relacionadas com a causa, o baixo número de empresas veiculando ou contribuindo com a causa e a existência de uma rede informal de pessoas que abordam gestantes em situação de vulnerabilidade para realizar trocas monetárias em adoções diretas. Elencamos possíveis causas para os problemas citados e baseado nisso propomos intervenções, como também os responsáveis pela execução das mesmas. Essas informações podem ser visualizadas no Quadro 12.

Quadro 12: Intervenções *midstream*

Nível <i>midstream</i>			
Problema	Responsabilidade	Causas possíveis	Intervenção proposta
Muitos pretendentes não buscam apoio de GAAs no processo de adoção	GAAs	Risco social e constrangimento	Desenvolver parceria com o TJ buscando uma divulgação maior das atividades dos GAAs e negociar a exigência de um certificado de participação de X horas dos pretendentes em reuniões dos grupos
			Divulgação das atividades do GAA nos cursos de preparação dos pretendentes, de forma presencial, por meio de folhetos, pôsteres, cartões, etc.
Falta de visibilidade das atividades desenvolvidas pelas instituições	GAAs, ONGs e as próprias instituições de acolhimento	Subestimação pelos demais atores por não interferirem de modo direto no processo	Pleitear o apoio do judiciário para ter um papel chave no desenvolvimento e fornecimento de intervenções

relacionadas com a causa		Desconhecimento do tema em cursos de graduação/pós-graduação que podem contribuir com a causa	Parcerias com escolas e cursos universitários, promovendo um maior debate sobre o tema na sociedade, e, conseqüentemente atraindo novas perspectivas para os desafios enfrentados
		Falta de conhecimento sobre gestão, comunicação e mídias	Parcerias com professores universitários que possam desenvolver projetos de extensão em prol de capacitações para essas organizações
		Falta de renovação do corpo de voluntários	Estruturação e divulgação de novos processos seletivos em cursos universitários, grupos de jovens religiosos,
		Pouco uso das mídias sociais	Criação de conteúdos para <i>Youtube</i> , <i>Instagram</i> , entre outras mídias sociais que atinjam um público mais jovem
Baixo número de empresas veiculando ou contribuindo com a causa	Empresas que promovem responsabilidade social	Falta de conhecimento dos gestores	Campanhas educativas que envolvessem cursos e oficinas para os funcionários das empresas no mês de maio.
		Falta de incentivos governamentais para investir nessa causa	Negociar possibilidade de incentivos fiscais em troca da divulgação de causas sociais
		Falta de abordagem das ONGs ou GAAs para parcerias	Reuniões de apresentação das atividades desenvolvidas pelas instituições envolvidas com a causa. Distribuição de brindes desenvolvidos pelos voluntários das ONGs/GAAs.
Rede informal de pessoas que abordam gestantes em situação de vulnerabilidade para realizar trocas monetárias em adoções diretas	Hospitais, maternidades e comunidade médica que acompanha o pré-natal das gestantes	Não têm conhecimento para repassar as orientações para as mães que manifestam interesse em doar seus filhos	Campanhas educativas que promovessem cursos e oficinas aos funcionários desses estabelecimentos de saúde. Também distribuir cartazes informativos nos ambientes de maior circulação. Tornar a explicação do passo a passo de uma entrega consciente um procedimento padrão às gestantes que iniciam o pré-natal, como também às parturientes
		Podem ser coniventes com as “cegonhas” que praticam a adoção direta	Campanhas com mensagens negativas a respeito desse tipo de adoção, que é uma prática ilegal, como “Denuncie já!”, “Diga não à adoção direta”
Falta de perspectiva profissional dos jovens que chegam à maioria nos abrigos e precisam sair	Empresas que promovem responsabilidade social e ONGS	Sociedade relaciona a situação de abrigo com a de crianças e adolescentes em conflito com a lei	Programas de empregabilidade para jovens que chegaram à maioria em abrigos

Fonte: Elaboração própria (2020)

As intervenções em nível *midstream* são destacadas como de grande importância na literatura para instaurar mudanças sociais, sendo evidenciadas nos estudos de May e Previte (2016), Hamby, Pierce e Brinberg (2016), Domegan *et al.* (2016) e Huff, *et al.* (2017). As

intervenções relativas a um possível empoderamento dos atores *midstream* pelo governo foram consideradas positivas na pesquisa de May e Previte (2016). Hamby, Pierce e Brinberg (2016) sugerem parcerias com escolas e cursos universitários a fim de promover um debate na sociedade. Enquanto que as campanhas informativas, educativas e que veiculem mensagens negativas a respeito das adoções diretas foram baseadas no estudo de Truong (2017). Ele também sugere a utilização das mídias sociais de modo a atingir um público mais jovem e também negociações com os órgãos governamentais visando incentivos fiscais para a divulgação da causa.

Também propomos cursos com líderes de comunidades para a orientação de denúncias com relação às abordagens duvidosas de pessoas que buscam adoção direta, e a necessidade de uma orientação sobre os passos de entrega voluntária em unidades de saúde, hospitais e maternidades, como também programas de conscientização sobre a adoção direta ser considerada crime. Quanto às empresas sugerimos cursos com os funcionários para explicar o passo a passo da adoção legal e disseminar essa possibilidade de filiação, além da realização de campanhas de marketing relacionado a causas mostrando a realidade dos abrigos. Outra ação que pode trazer visibilidade, é convidar celebridades e indivíduos de alto status da sociedade para serem embaixadores ou porta-vozes da causa, em especial, aqueles que já passaram pelo processo e possam compartilhar sua experiência de adoção.

4.3.3 Intervenções do nível *downstream*

Os atores encontrados no nível *downstream* do sistema de adoção foram os pretendentes, adotantes, genitores que têm interesse em doar seus filhos e a sociedade em geral. Alguns problemas encontrados foram a idealização das crianças, como também da paternidade/maternidade, o estereótipo negativo que as genitoras que realizam a entrega voluntária carregam, as trocas monetárias realizadas em adoções diretas, a falta de suporte no pós-adoção e a falta de mobilização dos pretendentes e adotantes como sociedade civil para a resolução de problemas que os afetam diretamente. Elencamos possíveis intervenções para os problemas citados e também os respectivos atores de outros níveis que possuem conhecimento e ferramentas para a execução dessas ações, que influenciem mudanças no *downstream*. Essas informações podem ser visualizadas no Quadro 13 a seguir.

Quadro 13: Intervenções *downstream*

Nível <i>downstream</i>			
Problema	Público alvo	Intervenção proposta	Responsáveis

Idealização das crianças	Pretendentes e adotantes	Campanhas que contem a história das crianças antes da situação de abrigo	Empresas e governo
		Campanhas com depoimentos de mães/pais biológicos e mães/pais por adoção compartilhando dos mesmos desafios	Empresas e governo
		Quando o casal adotante manifestar o interesse em devolver a criança, passar por um acompanhamento psicológico durante um tempo antes de efetivar a volta da criança para o abrigo	Vara da Infância e Juventude + GAAs
		Promover constantemente reuniões de aconselhamento com os pais	GAAs
Estereótipo negativo das mulheres que realizam a entrega voluntária	Sociedade em geral	Campanhas que desencorajem o aborto e incentivem a doação, mostrando a quantidade de famílias interessadas em adotar e que essa pode ser uma melhor opção	Empresas e governo
		Campanhas que desmistifiquem o abandono e promovam a entrega consciente	Empresas e governo
Trocias monetárias em situações de adoção direta	Sociedade em geral	Palestras nas comunidades sobre os passos de entrega consciente mostrando que esse é o melhor caminho, diferente de agir na ilegalidade recebendo algum dinheiro	GAAs e ONGs
		Campanhas veiculando mensagens negativas a respeito desse tipo de adoção, que é uma prática ilegal, como “Denuncie já!”, “Diga não à adoção direta”	Empresas e governo
Falta de mobilização dos pretendentes para resolução de problemas	Pretendentes e adotantes	Incentivar que não fiquem parados diante de erros ou desorganizações por parte de nenhum dos atores do sistema, afinal são os principais interessados	GAAs e ONGs
Falta de suporte no pós-adoção	Adotantes	Reuniões com famílias que estão passando por dificuldades com seus filhos por adoção e encaminhá-los para profissionais que possam atendê-los (buscar apoio dos GAAs)	Vara da Infância e Juventude + GAAs

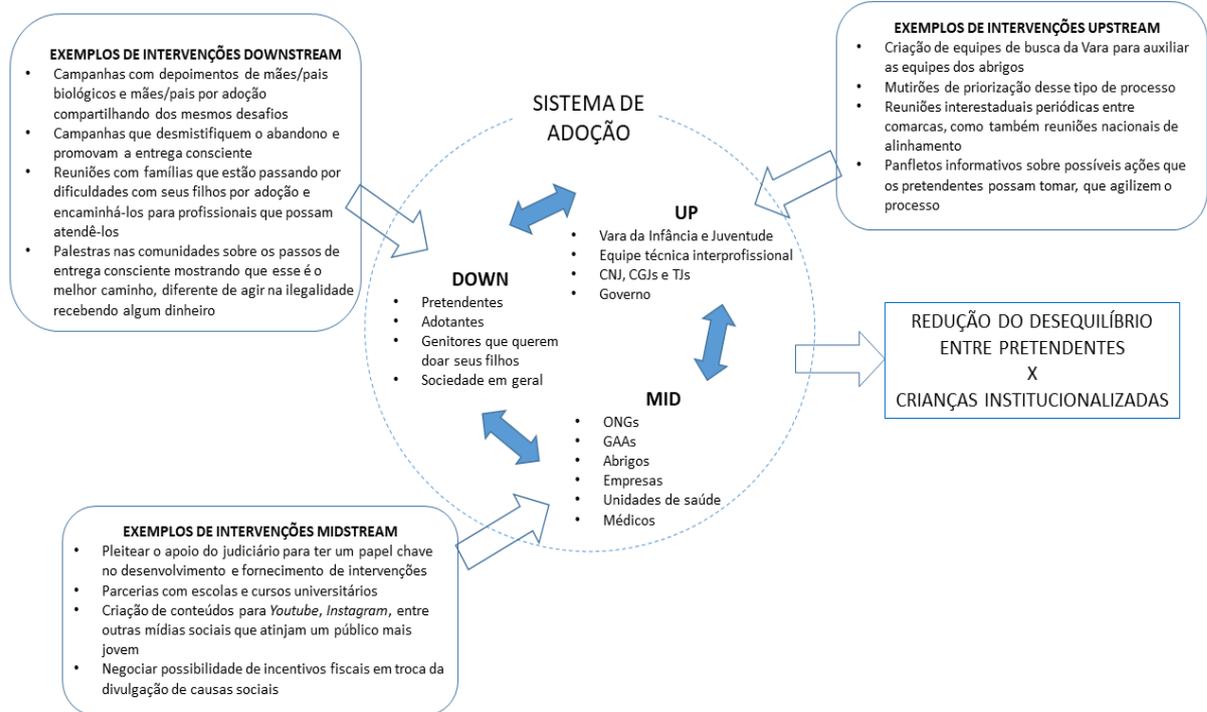
Fonte: Elaboração própria (2020)

As intervenções propostas aqui foram embasadas nos achados de Damaceno (2019) de que existe a necessidade de levar mais informação a respeito da adoção à população. Então campanhas e a divulgação de informações sobre como iniciar um processo de adoção, quem pode adotar, quem são essas crianças que constam nesse Cadastro, entre outros dados sobre a temática são de grande importância. Outro ponto citado pela autora é a utilização do ambiente educacional, tanto as escolas, quanto as faculdades e universidades, para que o debate acerca da adoção alcance cada vez mais pessoas resultando num maior esclarecimento da sociedade.

Tendo apresentado e discutido as intervenções propostas, seus respectivos níveis e responsáveis, faremos um resgate do modelo conceitual apresentado na seção 2.4 desse estudo. Complementamos o modelo anterior com os achados desse estudo, como os representantes de

cada nível e algumas das principais intervenções que propusemos. O modelo pode ser visto na Figura 11.

Figura 13: Modelo conceitual com intervenções propostas



Fonte: Elaboração própria (2020)

Mudanças sociais não acontecem de forma rápida, principalmente porque muitas vezes estão relacionadas a problemas estruturais enraizados na cultura ou normas sociais daquele grupo de pessoas em questão. Tendo em vista o problema complexo que é o desequilíbrio existente no sistema de adoção brasileiro, fizemos algumas sugestões de ações nos três níveis sugeridos por Kennedy (2017), visando mitigar esse problema complexo e mais à frente, poder gerar uma mudança na sociedade a respeito do tema. Segundo Hamby, Pierce e Brinberg (2016), o alcance desse tipo de mudança é construído com pequenas vitórias em cada nível, o que sugerimos no presente trabalho aspirando auxiliar a causa da adoção no Brasil. Tendo essas discussões finalizadas, podemos seguir para as considerações finais desse trabalho.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A adoção é um fenômeno que se reformulou ao longo do tempo, passando de um ato de caridade pregado pela Igreja, até o atual contexto, no qual deve prevalecer o melhor interesse da criança. Entretanto, o que está previsto na legislação muitas vezes não acontece na prática, resultando em um grande número de crianças em situação de acolhimento no Brasil.

Um dos dados mais impactantes, que nos despertou o interesse de pesquisar sobre o tema, foi a disparidade alarmante entre o número de pretendentes habilitados no Cadastro Nacional da Adoção e o número de crianças aptas. Um desequilíbrio que, olhando de forma superficial, não faz sentido, visto que existem aproximadamente quatro vezes mais pretendentes do que crianças disponíveis.

Diante disso, o presente estudo teve como objetivo principal analisar o sistema de adoção brasileiro na perspectiva do marketing macrossocial. Com base nos dados coletados, constatamos que o sistema é de fato complexo e interligado, e que existem diversas causas para o desequilíbrio encontrado. A fim de atingir o objetivo proposto, traçamos objetivos específicos que visaram identificar quem eram os agentes envolvidos no processo e quais eram seus papéis nesse sistema, verificar as políticas e instituições que já existem para promover a causa da adoção, discutir qual são os pontos negativos e positivos do sistema atualmente, e por fim identificar alternativas para a redução do descompasso.

Para analisar o sistema, utilizamos uma abordagem macro, pressupondo a complexidade do fenômeno, o conflito de interesses dos agentes e sua abrangência. Essa abordagem trata os sistemas de uma forma holística e nos permitir analisar o processo de adoção como um todo. Com isso, foi possível identificar a necessidade de intervenções de marketing nos diversos níveis do sistema de adoção, tendo em vista que, como colocado por Hamby, Pierce e Brinberg (2016), mudanças sociais só podem ser percebidas como válidas e legítimas quando atingem vários atores e conseqüentemente vários níveis do sistema. Essas intervenções visando a diminuição do desequilíbrio entre os pretendentes e crianças, fariam com que a sociedade fosse favorecida como um todo, tendo em vista que haveria uma diminuição de gastos de recursos públicos, já que estes são as maiores fontes de renda das instituições de acolhimento (ASSIS; FARIAS, 2013).

A teoria do marketing macrossocial traz o marketing social associado ao pensamento de sistemas, o que nos fez explorar entendimentos mais ricos com relação ao problema (DOMEGAN *et. al*, 2016). Isso nos trouxe uma visão mais profunda da troca em questão, já que a análise veio das visões de diversos atores envolvidos no problema, com isso foram

abordadas as barreiras, possíveis causas e opções de ações visando mudanças em cada nível do sistema.

Os procedimentos de coleta de dados, por meio de entrevistas em profundidade e de história oral e observação participante, nos permitiram apreender aspectos verbais e não verbais dos participantes. As entrevistas foram realizadas com pessoas que trabalham diretamente com o fenômeno, pretendentes e adotantes. A partir disso, observamos que as relações dos participantes com a causa envolviam uma grande carga subjetiva e emocional, o que não havíamos inferido como uma causa da morosidade nos processos. Outros aspectos como a falta de prestígio da Vara em relação às outras e o ego existente entre os profissionais do Direito da família, também emergiram nas entrevistas.

Do ponto de vista de legislação, percebemos que é um sistema bem estruturado, sendo o Brasil um dos primeiros países do mundo a elaborarem um estatuto visando os direitos da criança. Entretanto, a carga cultural trazida de comportamentos anteriores, como a questão dos filhos de criação e as abordagens às mulheres gestantes de condição mais baixa, acabam por fazer com que o sistema de adoções diretas ainda seja forte e presente nos casos de adoção no Brasil. Isso torna a prática das adoções informais um sistema alternativo perigoso, tendo em vista que muitas pessoas se aproveitam da situação de vulnerabilidade de famílias de baixa renda para realizar trocas monetárias nessas adoções.

Outro pensamento que se mostra presente e acaba por influenciar é o de que as crianças que estão em abrigo são órfãs, remetendo à questão das “rodas dos expostos” de antigamente (FERREIRA, 2014). Quando na realidade elas se encontram em abrigos por conta da violação de direitos. Ou seja, são crianças com cargas emocionais complexas, que precisam de um suporte psicológico, além de não possuírem as características físicas idealizadas pelos pretendentes. Essas questões não parecem estar muito claras aos que procuram a adoção como uma alternativa de filiação.

Isso foi observado a partir da aproximação inicial com o grupo de apoio à adoção (GEAD-JP), que nos apresentou esse fator do perfil pretendido como uma das possíveis dificuldades, já que não corresponde ao perfil de crianças encontradas nos abrigos. De fato, com as entrevistas percebemos que é uma das principais barreiras para que os 46.186 pretendentes “absorvam” as 9.640 crianças (CNA, 2019a; CNA, 2019b). Entretanto verificamos além dessas barreiras, diversas outras que se apresentam pelo sistema como um todo. Foi possível observar pontos que precisam de melhoria nesse sistema, desde a organização das instituições até o suporte pós-adoção.

Iniciamos com um pressuposto de que deveriam haver mudanças estruturais nesse sistema, porém a partir dos dados e da aproximação com o fenômeno percebemos que o que está posto é suficiente para atender às demandas. O impeditivo se encontra nas disfunções, na falta de cumprimento do que está previsto em lei, principalmente os prazos. Contudo, também foi possível visualizar o entrelaçado dos processos que fazem o sistema funcionar, além da subjetividade atrelada à causa, que faz com que as decisões acabem por ser mais complexas do que em outros tipos de processo.

Os dados acabaram por confirmar alguns aspectos que já havíamos defendido anteriormente no referencial teórico da pesquisa, como a influência negativa que os abrigos têm no desenvolvimento das crianças que possuem estadia prolongada. Todavia, como citado por um dos entrevistados, as nomenclaturas “abrigo” ou “instituição de acolhimento”, acabam passando uma imagem de que as crianças estão protegidas e por isso não necessitam de pressa, já que esses locais as mantêm distantes do perigo. O que foi visto na pesquisa, é que essa proteção pode acabar por ser prejudicial em outros aspectos de sua vida também. A falta de visibilidade no que se refere à situação dos abrigos e a falta de voluntários em prol da causa, acaba por criar uma espécie de “bolha” que isola essas instituições do restante da sociedade. Conseqüentemente, as pessoas acabam por não conhecer a realidade vivida por essas crianças e pelos que trabalham nos abrigos.

Tendo em vista as barreiras e problemas que emergiram na fala dos entrevistados ou foram identificados na observação participante, sugerimos intervenções nos três níveis do sistema, visando mitigar o problema complexo que é o desequilíbrio no sistema de adoção. Elencamos como atores do nível *upstream* as Varas da Infância e Juventude e suas equipes técnicas interprofissionais, o CNJ, a CGJs os TJs e o governo. Sugerimos ações como a criação de equipes de busca da Vara para auxiliar as equipes dos abrigos, mutirões de priorização dos processos de adoção, reuniões interestaduais periódicas entre comarcas e panfletos informativos sobre possíveis ações que os pretendentes possam tomar para agilizar o processo.

Sobre o nível *midstream* os atores elencados foram as ONGs, os GAAs, as instituições de acolhimento, as empresas que promovem responsabilidade social, as unidades de saúde e os médicos. Algumas ações sugeridas foram parcerias com o judiciário para ter um papel chave no desenvolvimento e fornecimento de intervenções, e também com escolas e cursos universitários, negociações com o governo sobre possibilidade de incentivos fiscais em troca da divulgação de causas sociais e criação de conteúdos para *Youtube*, *Instagram*, entre outras mídias sociais visando atingir um público mais jovem. Por fim, no nível *downstream*, definimos que o público alvo das campanhas são os pretendentes, adotantes, genitores que têm interesse

em doar seus filhos e a sociedade em geral. Sugerimos ações de divulgação como campanhas com depoimentos de mães/pais biológicos e mães/pais por adoção compartilhando dos mesmos desafios e que desmistifiquem o abandono e promovam a entrega consciente. Já as campanhas educativas propostas foram reuniões com famílias que estão passando por dificuldades com seus filhos por adoção e encaminhamento para profissionais que possam atendê-los e palestras nas comunidades sobre os passos da entrega consciente informando sobre a ilegalidade de uma adoção direta.

Essa realidade parece estar mudando, mesmo que em passos lentos. A causa da adoção vem sendo abordada em diversos espaços como na televisão, cinema e inclusive nas escolas, como citado por uma das adotantes entrevistadas. Durante o período da pesquisa foram observados alguns esforços nacionais e internacionais para a discussão do tema, como exemplo a série *Anne with an E*, distribuída pelo serviço de streaming da Netflix, o filme “De repente uma família”, lançado em novembro de 2019 e a telenovela “Amor de mãe”, exibida pela Rede Globo no horário nobre. De acordo com as voluntárias do GEAD-JP, a telenovela está sendo produzida com o apoio da ANGAAD, que foi procurada pela emissora para essa parceria. Isso mostra que o fenômeno vem ganhando mais espaço para discussões, principalmente com relação à adoção tardia, caso que foi tratado nas três obras citadas anteriormente. Apesar dessas ações citadas aqui não serem de marketing social e sim de marketing relacionado a causas sociais, ou seja, pensadas e executadas por empresas com fins lucrativos, em alguns casos são mais efetivas que ações desenvolvidas pelo governo. Possivelmente por atingirem grandes massas em programações com público fiel, o que não se apresenta como cenário ideal, mas eficaz para o debate com certas camadas da sociedade.

Acreditamos que o estudo poderá contribuir para a realização de campanhas que não só conscientizem a população a respeito da causa, como também incentivem a mobilização da sociedade em prol das crianças que são as maiores prejudicadas no atual contexto. Na academia, a aplicação de uma abordagem de macrosocial expande os horizontes para a compreensão do sistema de adoção no Brasil, estimulando reflexões em torno desse fenômeno ainda pouco abordado nesse viés de marketing. Entendemos, portanto, que o presente estudo pode servir como uma fonte de pesquisa e informação para os profissionais que trabalham com a causa da adoção, como também para pesquisadores em marketing social. Visto que, a identificação de dois sistemas negativos de marketing, a idealização física e psicológica das crianças e a prática da adoção direta, que precisam ser combatidos instigam novas pesquisas a respeito do tema utilizando essa abordagem macro.

5.1 Limitações e recomendações

A pesquisa contribuiu para encaminhamentos teóricos e práticos a respeito do sistema de adoção brasileiro e gerou novas perspectivas sobre a temática. Apesar disso, é necessário apontarmos as limitações do trabalho, como também recomendações para pesquisas futuras.

Como limitações acreditamos que seria interessante entrevistar um maior número de adotantes, tendo em vista que já finalizaram o processo e possuem uma visão do sistema como um todo, talvez podendo contribuir com maiores sugestões. Também atingir mais pessoas e explorar mais atores do sistema investigando novos subconjuntos de associações entre os níveis do sistema e suas opiniões com relação aos aspectos da adoção abordados aqui. Também a falta de disponibilidade dos entrevistados, em especial os do judiciário, para a realização de dinâmicas para discussão a respeito de mudanças estruturais no sistema. Outro fator limitante foi o tempo de realização da pesquisa, que nos impossibilitou de realizar novas entrevistas com os Pretendentes 2 e 3, que iniciaram o estágio de convivência com as crianças durante o período da pesquisa, a fim de identificar mudanças nas percepções dos mesmos.

Como sugestões de pesquisas futuras, recomendamos que exista uma análise de quais comarcas possuem uma menor disparidade entre as crianças disponíveis e número de pretendentes habilitados, de modo a verificar quais são as práticas que estão sendo desenvolvidas e divulgá-las, visando essa redução do desequilíbrio. Realização pesquisas exploratórias mais abrangentes, em especial, com os pretendentes habilitados e os dados que constam no Cadastro, de modo a compreender suas escolhas de perfil pretendido, o tempo de processo, quais os entraves, entre outros pontos que não constam nos relatórios do CNA, nos impedindo de fazer uma análise mais profunda sobre esses pretendentes.

É necessário verificar a efetividade das campanhas de marketing macrossocial sugeridas aqui na mudança social. Para mensurar essa efetividade, sugerimos primeiramente realizar pesquisas que testem o conhecimento da sociedade com relação ao processo legal de adoção atual no Brasil. Depois de obter esses resultados, desenvolver as campanhas focando na veiculação dessas informações e posteriormente repetir a pesquisa testando os conhecimentos, verificando assim se o propósito das campanhas foi atingido. Também concordamos com Domegan *et. al*, (2016) no que diz respeito a associação de outras teorias de mudança social visando acelerar questões sociais, principalmente as que possuem aplicação prática da teoria.

REFERÊNCIAS

- ACIOLI, Raquel Moura Lins *et al.* Avaliação dos serviços de acolhimento institucional de crianças e adolescentes no Recife. *Ciência & Saúde Coletiva*, 23, 529-542, 2018.
- AMIDEN, Ganem; MOREIRA, Gabriela; STEMLER, Igor; AMORIM, Pedro; NASCIMENTO, Thaís. *ENCONTROS E DESENCONTROS DA ADOÇÃO NO BRASIL: uma análise do Cadastro Nacional de Adoção do Conselho Nacional de Justiça*. 2013. Disponível em: <http://cnj.jus.br/images/pesquisas-judiciarias/Publicacoes/pesq_adocao_brasil.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2019.
- ANDREASEN, Alan. R. *Marketing social change*. Jossey-Bass, 1995.
- ANDREASEN, Alan R. *Ética e marketing social*. São Paulo: Futura, 2002.
- ANDREASEN, Alan R. (Ed.). *Social marketing in the 21st century*. Sage Publications, 2006.
- ANGAAD -ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE GRUPOS DE APOIO À ADOÇÃO. *Adoção passo-a-passo*. 2018. Disponível em: < <http://www.angaad.org.br/adocao-passo-a-passo/>>. Acesso em: 23 jun. 2019.
- ANGAAD -ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE GRUPOS DE APOIO À ADOÇÃO. *Quem somos*. [s.d.]. Disponível em: < <http://www.angaad.org.br/quem-somos/>>. Acesso em: 23 jun. 2019.
- ASSIS, Simone G de; FARIAS, Luís Otávio Pires. *Levantamento nacional das crianças e adolescentes em serviço de acolhimento*. São Paulo: Hucitec, 2013.
- BARBOZA, Stephanie Ingrid Souza. *Marketing social aplicado à doação de sangue: fatores condicionantes de comportamento*. 2012. 138 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2012.
- BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. 5ed. Lisboa: Edições 70, 2007.
- BASTOS, Adriana de Fátima Valente. *Consumo de bebida alcoólicas por jovens: implicações para o marketing social*. 2013. 123 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2013.

BOTELHO, Louise Lira Roedel; CUNHA, Cristiano Castro de Almeida; MACEDO, Marcelo. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. *Gestão e sociedade*, v. 5, n. 11, p. 121-136, 2011.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil* (1988). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 10 mar. 2019.

BRASIL. *Estatuto da criança e do adolescente*. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990.

BRASIL. *Lei no 8.069 de 13 de julho de 1990*. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Publicada no DOU de 16 julho 1990, p. 13563. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm>. Acesso em: 05 mar. 2019.

BRASIL. *Lei nº 3071 de 1 de janeiro de 1916*. Publicada no DOU de 1 de janeiro de 1916, p.133. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L3071.htm> Acesso em: 05 mar. 2019.

BRASIL. *Lei nº 3133 de 8 de maio de 1957*. Publicada no DOU de 8 de maio de 1957, p. 11609. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/L3133.htm> Acesso em: 05 mar. 2019.

BRASIL. *Lei nº 4655 de 2 de junho de 1965*. Publicada no DOU de 2 de junho de 1965, p. 5258. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4655.htm> Acesso em: 05 mar. 2019.

BRASIL. *Lei nº 12010 de 3 de agosto de 2009*. Publicada no DOU de 3 de agosto de 2009, p. 1. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L12010.htm> Acesso em: 05 mar. 2019.

SENADO FEDERAL. *A adoção feita por homossexuais: batalhas e vitórias legais*. 2013a. Disponível em: <<https://www.senado.gov.br/noticias/Jornal/emdiscussao/adocao/relatos-reais-sobre-adocao/-a-adocao-feita-por-homossexuais-batalhas-e-vitorias-legais.aspx>>. Acesso em: 23 jun. 2019.

SENADO FEDERAL. *História da adoção no mundo*. 2013b. Disponível em: <<https://www.senado.gov.br/noticias/Jornal/emdiscussao/adocao/contexto-da-adocao-no-brasil/historia-da-adocao-no-mundo.aspx>>. Acesso em: 23 jun. 2019.

BRENKERT, George. Ethical challenges of social marketing. *Journal of Public Policy & Marketing*, 21, (1), 14-25, 2002.

CARVALHO, Hamilton Coimbra; MAZZON, Jose Afonso. A better life is possible: the ultimate purpose of social marketing. *Journal of Social Marketing*, 5, (2), 169-186, 2015.

CHIZZOTTI, Antonio. *Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais*. Vozes, 2006

CNA – CADASTRO NACIONAL DE ADOÇÃO. *Cadastro Nacional de Crianças Cadastradas*. Disponível em: <<http://www.cnj.jus.br/cnanovo/pages/publico/index.jsf>>. Acesso em: 31 jul. 2019a.

CNA - CADASTRO NACIONAL DE ADOÇÃO. *Cadastro Nacional de Pretendentes Cadastrados*. Disponível em: <<http://www.cnj.jus.br/cnanovo/pages/publico/index.jsf>>. Acesso em: 31 jul. 2019b.

CNJ – CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. *Cadastro Nacional de Crianças Acolhidas - CNCA*. Disponível em: <<http://www.cnj.jus.br/sistemas/infancia-e-juventude/20545-cadastro-nacionalde-criancas-acolhidas-cnca>>. Acesso em: 31 jul. 2019a.

CNJ - CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. *Passo a passo da adoção*. Disponível em: <<https://www.cnj.jus.br/programas-e-acoes/cadastro-nacional-de-adocao-cna/passa-a-passo-da-adocao>>. Acesso em: 31 jul. 2019b.

CNJ - CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. *Sistema Nacional de Adoção e Acolhimento*. [s.d.]. Disponível em: <<https://www.cnj.jus.br/programas-e-acoes/adocao/>>. Acesso em: 10 jan. 2020.

COSTA, F. J. *Marketing e sociedade*. João Pessoa: Editora UFPB, 2015.

COSTA, Nina Rosa; ROSSETTI-FERREIRA, Maria Clotilde. Tornar-se pai e mãe em um processo de adoção tardia. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 20, (3), 425-434, 2007.

DAMACENO, Cristiane Dalves. *FILHOS DO CORAÇÃO*: análise da percepção dos atores envolvidos no processo de adoção de crianças e adolescentes sobre as campanhas de marketing social. 2019. 112 f. Dissertação (Mestrado em Administração), Centro Universitário Unihorizontes, Belo Horizonte, 2019.

DELLAGNELO, Eloise Helena Livramento; SILVA, Rosimeri Carvalho. Análise de conteúdo e sua aplicação em pesquisa na administração. *Pesquisa qualitativa em administração: teoria e prática*, 1, 97-118, 2005.

DOMEGAN, C. Social marketing: implications for contemporary marketing practices classification scheme. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23, (2), 135-141, 2008.

DOMEGAN, C. et. al. Systems-thinking social marketing: conceptual extensions and empirical investigations, *Journal of Marketing Management*, 32, (11-12), p. 1123-1144, 2016.

FERREIRA, Luiz Antonio Miguel. Aspectos jurídicos da intervenção social e psicológica no processo de adoção. *Justitia*, 63, (196), 120-135, 2001.

FERREIRA, Flávio Rodrigo Freire. O preço da criança e a nova cultura da adoção: do cenário político-legal às práticas de adoção em Natal/RN. *Estudos de sociologia*, 19, (36), 2014a.

FERREIRA, Frederico Poley Martins. Crianças e adolescentes em abrigos: uma regionalização para Minas Gerais. *Serv. Soc. Soc.*, São Paulo, (117), 142-168, 2014b.

GODOI, C.; BALSINI, C. MATTOS, P. *Entrevista qualitativa: instrumento de pesquisa e evento diálogo*. (in) GODOI, CK; MELLO, RB; SILVA, AB (org.) Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.

HALL, Michael C. Intervening in academic interventions: framing social marketing's potential for successful sustainable tourism behavioural change. *Journal of Sustainable Tourism*, 24, (3), p. 350-375, 2015.

HAMBY, A.; PIERCE, M., BRINGBERG, D. Solving Complex Problems: Enduring Solutions through Social Entrepreneurship, Community Action, and Social Marketing. *Journal of Macromarketing*, 37, (4), p. 369-380, 2016.

HUFF, A. D. et al. Addressing the Wicked Problem of American Gun Violence: Consumer Interest Groups as Macro-social Marketers. *Journal of Macromarketing*, 37, (4), p. 393–408, 2017.

ICHIKAWA, E.; SANTOS, L. Contribuições da história oral à pesquisa organizacional. *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos*. São Paulo: Saraiva, 181-205, 2010.

IPEA. *Levantamento Nacional de Abrigos para Crianças e Adolescentes da Rede SAC*. 2003.

KEMPER, J. A.; BALLANTINE, P. W. Socio-Technical Transitions and Institutional Change: Addressing Obesity through Macro-Social Marketing. *Journal of Macromarketing*, 37, (4), 381–392, 2017.

KENNEDY, A. M.; PARSONS, A. Macro-social marketing and social engineering: A systems approach. *Journal of Social Marketing*, 2, (1), 37–51, 2012.

KENNEDY, A. M. Macro-social Marketing. *Journal of Macromarketing*, 36, (3), 354–365, 2016.

KENNEDY, A. M. Macro-Social Marketing Research: Philosophy, Methodology and Methods. *Journal of Macromarketing*, 37, (4), 347–355, 2017.

KENNEDY, A. M.; KEMPER, J. A.; PARSONS, A. G. Upstream social marketing strategy. *Journal of Social Marketing*, 8, (3), p. 258–279, 2018.

KENNEDY, A. M. *Macro-Social Marketing Insights: Systems Thinking for Wicked Problems*. Editora: Routledge, 2019.

KOCH, M.; ORAZI, D. C. No Rest for the Wicked: The Epidemic Life Cycle of Wicked Consumer Behavior. *Journal of Macromarketing*, 37, (4), 356–368, 2017.

KOTLER, Philip; ROBERTO, Eduardo L. *Marketing social: estratégias para alterar o comportamento público*. Campus, 1992.

KOTLER, Philip; ZALTMAN, Gerald. Social marketing: an approach to planned social change. *The Journal of Marketing*, 3-12, 1971.

- LAYTON, R. A. Formation, Growth, and Adaptive Change in Marketing Systems. *Journal of Macromarketing*, 35, (3), 302–319, 2015.
- LEE, N.; KOTLER. P. Social Marketing: Changing Behaviors for Good. *SAGE Publications*, 2015.
- LEFEBVRE, R. C. Transformative social marketing: Co-creating the social marketing discipline and brand. *Journal of Social Marketing*, 2, (2), 118–129, 2012.
- LITTLE, V. J.; LEE, C. K. C.; NAIR, S. Macro-demarketing: The Key to Unlocking Unsustainable Production and Consumption Systems? *Journal of Macromarketing*, 39, (2), 166–187, 2019.
- MAUX, Ana Andréa Barbosa; DUTRA, Elza. A adoção no Brasil: algumas reflexões. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, 10, (2), 356-372, 2010.
- MAY, Cybele; PREVITE, Josephine. Understanding the midstream environment within a social change systems continuum. *Journal of Social Marketing*, 6, (3), 258-276, 2016.
- MCCRACKEN, Grant. *Cultura & consumo*. Mauad Editora Ltda, 2003.
- MENDES, Karina Dal Sasso; SILVEIRA, Renata Cristina de Campos Pereira; GALVÃO, Cristina Maria. Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. *Texto & contexto enfermagem*, 17, (4), 758-764, 2008.
- MPMT – Ministério Público do Mato Grosso do Sul. *TJSC: Juíza dá exemplo e zera processos de adoção na Comarca*. Disponível em: <<https://www.mpmt.mp.br/portalcasos/news/733/80366/tjsc-juiza-da-exemplo-e-zera-processos-de-adoacao-na-comarca/63>>. Acesso em: 18 dez. 2019.
- NGUYEN, Dang et al. The taboo question: condom retailing in Vietnam and social marketing implications. *Journal of Social Marketing*, 4, (2), 133-154, 2014.
- RODRIGUES, Andréa Leite; MORIN, Estelle; STREHLAU, Suzane. A imagem de executivos na mídia: um estudo com jornais de Québec. *Cadernos Ebape. BR*, 7, (2), 232-251, 2009.
- SAMPIERI, H.; COLLADO, F.; LÚCIO, B. Coleta e análise dos dados qualitativos. *Metodologia de pesquisa*, 5ª ed. Porto Alegre: Penso, 414-494, 2013.

- SERVA, Maurício; JAIME JÚNIOR, Pedro. Observação participante pesquisa em administração: uma postura antropológica. *Revista de Administração de Empresas*, 35, (3), 64-79, 1995.
- SIQUEIRA, Aline Cardoso; DELL'AGLIO, Débora Dalbosco. O impacto da institucionalização na infância e na adolescência: uma revisão de literatura. *Psicologia & Sociedade*, 18, (1), 71-80, 2006.
- TRUONG, V. D. Government-led Macro-social Marketing Programs in Vietnam: Outcomes, Challenges, and Implications. *Journal of Macromarketing*, 37, (4), 409–425, 2017.
- WEBER, N. L. D. Os filhos de Ninguém: Abandono e Institucionalização de Crianças no Brasil. *Cojuntura Social*, 4, 30–36, 2000.
- WOOD, M. Social marketing for social change. *Social Marketing Quarterly*, 22, (2), 107–118, 2016.
- WYMER, Walter. Rethinking the boundaries of social marketing: Activism or advertising?. *Journal of Business Research*, 63, (2), 99-103, 2010.
- WYMER, Walter. Developing more effective social marketing strategies. *Journal of Social Marketing*, 1, (1), 17-31, 2011.

APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE HISTÓRIA ORAL TEMÁTICA – FAMILIAS

Parte I – Orientações iniciais

- a) Agradecimentos
- b) Apresentação da pesquisa
- c) Informes sobre a confidencialidade das informações
- d) Solicitação autorização para gravação

Parte II – Informações do(a) entrevistado(a)

- a) Nome/ Idade/ Estado civil
- b) Formação/Profissão

Parte III – Questões de pesquisa

1. O que adoção significa pra você e o que te levou a pensar nessa opção?
2. Como você iniciou o processo?
3. Há quanto tempo estão no processo? /Quanto tempo durou?
4. Como o processo de adoção mudou o cotidiano familiar?
5. Na sua opinião, ainda há muita desinformação e/ou preconceito da sociedade em relação ao processo de adoção?
6. Como foi o seu processo?
7. Quem são os atores do processo de adoção no Brasil e quais os seus papéis?
8. Com quais deles você interage para a realização das suas atividades?
9. Se precisasse escolher o principal ator com quem você interage, qual seria?
10. Na sua opinião, existem/existiram entraves no seu processo? Se sim, quais?
11. Na sua opinião, quais são as principais falhas no processo de cada um desses que foram citados?
12. E quais as vantagens?
13. Na sua opinião, o que deveria ser mudado?
14. Na sua opinião, como seria o processo ideal, tanto para as crianças quanto para as famílias?
15. Construir modelo conceitual

APÊNDICE 2 – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADO – LIDERES DE PROJETOS SOCIAIS, ONGs, CONSELHEIROS, TUTELARES COORDENADORES DE ABRIGO

Parte I – Orientações iniciais

- a) Agradecimentos
- b) Apresentação da pesquisa
- c) Informes sobre a confidencialidade das informações
- d) Solicitação autorização para gravação

Parte II – Informações do(a) entrevistado(a)

- a) Nome/ Idade/ Estado civil
- b) Formação/Cargo/Função/Atribuições

Parte III – Questões de pesquisa

1. O que adoção significa pra você?
2. Você já adotou alguma criança? Se sim, comente sobre o processo e a experiência.
3. Há quanto tempo está trabalhando na área?
4. Como se interessou pela causa?
5. Descreva suas atividades relacionadas à adoção.
6. Quais são os atores do processo de adoção no Brasil?
7. Com quais deles você interage para a realização das suas atividades?
8. Como ocorrem essas interações?
9. Como elas influenciam o seu trabalho?
10. Se precisasse escolher o principal ator com quem você interage, qual seria?
11. Políticas públicas podem influenciar suas atividades?
12. Você presenciou alguma mudança na legislação estando no cargo atual? Se sim, qual e como isso afetou o seu trabalho?
13. Se você tivesse o poder de alterar algo no seu trabalho hoje, o que seria?
14. E no processo de adoção como um todo?
15. Como é o processo de adoção no Brasil atualmente?
16. Quais são as principais falhas e vantagens no modelo atual?
17. No CNA existem mais 9.500 crianças cadastradas e 46.000 famílias pretendentes. Na sua opinião, qual a principal causa dessa realidade?

18. Quais as iniciativas que você considera mais importantes promovidas pela sua organização e prol da causa da adoção? Comente o porquê.
19. Cite alguma cidade ou país que possui um processo de adoção modelo. Quais são as principais diferenças?
20. Construir modelo conceitual.