
**Programa de Pós-Graduação em Educação
Universidade do Estado do Pará
Belém-Pará- Brasil**



Revista Cocar V.13. N. 27. Set./Dez./ 2019 p.68-88

ISSN: 2237-0315

Mídia, cinema e adoção: desconstruindo mitos e preconceitos

Media, movies and adoption: deconstructing myths and prejudice

Gilmara Lupion Moreno

Jaqueline Delgado Paschoal

Marta Regina Furlan de Oliveira

Universidade Estadual de Londrina – UEL

Londrina-Paraná-Brasil

Resumo

Esse texto objetiva refletir sobre a adoção no contexto da cultura midiática, que, de certa forma, tem influenciado significativamente a composição das organizações e estruturas sociais e familiares nesse novo tempo social. A circularidade midiática dos bens culturais e sociais, juntamente com a difusão das informações, contribui para o surgimento de novas formas de interação social, afetiva e educativa, sobretudo no que tange ao processo de adoção. Por meio de revisão de literatura, pretende-se realizar uma discussão crítica acerca da adoção em sintonia com a mídia e o cinema, pois as produções fílmicas, de certa forma, provocam o pensar sobre a família adotiva nesse contexto. Como resultado é possível e necessário superar os mitos e preconceitos quando nos empenhamos na construção de uma nova cultura da adoção.

Palavras-chave: Mídia. Cinema. Adoção.

Abstract

This text aims to reflect about the adoption in the context of media culture that, somehow, has significantly influenced the composition of social and family organizations and structures in this new social era. The media has a great influence on the new configuration and family structure, especially when circulating information, entertainment and propaganda, which are often constituted in its core diversified values and standards of conduct. This broad mediatic circularity of cultural and social goods, together with the dissemination of information, effectively contributes to the emergence of new forms of social, affective and educational interaction, especially with regard to the process of adoption in the current society. Through the literature review we intend to hold a critical discussion about adoption in harmony with the media and the movies, because film productions, in a way, provoke to think about the adoptive family in this context. We believe, therefore, that it is possible and necessary to overcome myths and prejudices, especially when we are engaged in the construction of a new culture of adoption.

Keywords: Media. Movies. Adoption.

Introdução

A temática envolvente ‘Mídia, cinema e adoção: desconstruindo mitos e preconceitos’ é fruto dos estudos desenvolvidos nos grupos de pesquisa em uma universidade pública do Estado do Paraná, que se preocupa em pensar e refletir sobre a adoção no contexto social contemporâneo, marcado pela indústria cultural e mídia.

Assim, o texto objetiva refletir sobre a adoção no contexto da cultura midiática, que, de certa forma, tem influenciado significativamente a composição das organizações e estruturas sociais e familiares nesse novo tempo social. Acreditamos, desse modo, que é possível e necessário superar os mitos e preconceitos, principalmente quando nos empenhamos na construção de uma nova cultura da adoção.

A proposta, nesse sentido, é realizar uma discussão crítica acerca da adoção e do cinema, pois as produções fílmicas, de certa forma, provocam o pensar sobre a família adotiva nesse contexto. É sabido que a mídia tem grande influência na vida social e nas relações humanas, tanto de forma benéfica quanto maléfica, entretanto o exercício aqui proposto é pensar na cultura midiática enquanto protagonista para refletir sobre a adoção.

Partimos do pressuposto de que, na sociedade contemporânea (século XXI), os sujeitos que dela participam convivem com um conjunto de conhecimentos e informações a serviço da produção, do consumo e da informação. Esse processo influencia o mundo social e econômico e, principalmente, o mundo das relações humanas e de trabalho, alterando propósitos, ideias, comportamentos, grupos de relações, preferências, narrativas, imagens, pensamentos e ações.

Ao caracterizar a sociedade atual, Harvey (2005) afirma ser um novo tempo social marcado pelas novas práticas e formas culturais; tecnologias, descartabilidade das coisas, consumo, manipulação diversa, novos sistemas de signos e imagens; alteração nos hábitos de percepção; multiplicidade de papéis; labirintos; novas fantasias, mitos, ilusões, aspirações, pesadelos e disfarces; superfícies e aparências; mistura de códigos e modas; imperialismo do gosto; sinais, estilos, sistemas de comunicação rápida altamente convencionalizada; capacidade de explicar, mas não de compreender os fenômenos; variedade de vidas, de sonhos, de interpretações; mudanças na qualidade de vida urbana (a partir de 1970); apego à linguagem do comércio e da mercadoria; fetiche da totalidade;

impulso nostálgico; modalidade de experiência vital, experiência do espaço e do tempo, do eu e dos outros, das possibilidades e perigos de vida; enfim, junto com esse novo cenário social e produtivo, tem-se também uma cultura massificada pela Indústria Cultural e midiática.

No que diz respeito à mídia, ora ela é vista como aliada, ora percebida como a pior das inimigas. Nesse sentido, o avanço da dominação técnica e midiática transformou-se, segundo Horkheimer e Adorno (1991), num poderoso instrumento utilizado pela Indústria Cultural, a fim de conter o desenvolvimento da consciência das massas. Nesse sentido, há a propagação de novos olhares para as relações humanas; entretanto, toda essa influência tem seu lado maléfico e, simultaneamente, benéfico, carecendo de postura crítica de análise e reflexão.

Para Berger e Luckmann (1978, p. 12), a cultura midiática se expressa como “a construção social da realidade”, o que implica a criação, reprodução e difusão de atitudes e modos de ser e agir, de costumes e instituições, valores espirituais e materiais. Devemos, contudo, admitir que, justamente nesse âmbito, se constitui um grande e complexo mercado de “bens” simbólicos ou “textos” culturais.

Por midiatização da cultura entende Thompson (1995, p. 21)

[...] o processo histórico do rápido crescimento e da proliferação de instituições e meios de comunicação de massa nas sociedades ocidentais, que, por intermédio de suas redes de transmissão, tornaram formas simbólicas mercantilizadas acessíveis a um grupo cada vez maior de receptores. Em outros termos, a produção e a transmissão das formas simbólicas (que refletem as experiências e as visões de mundo das pessoas) são sempre mais mediadas pelas instituições e pelos aparatos técnicos da mídia.

A cultura passa ou acontece cada vez mais na e por meio da mídia. Isso implica que as manifestações culturais mais diversas só são reconhecidas como tais pela sociedade, depois de serem ‘mostradas’ ou incorporadas pela mídia. Ainda, as próprias criações, os personagens e produtos da mídia se tornam bens culturais de alcance social. Desse modo, ambos os níveis interagem, de maneira que a mídia se torna simultaneamente acontecimento, produção e divulgação da Indústria Cultural. Um dos resultados desse processo é a produção da cultura midiática.

Segundo Moreira (2003), cultura midiática refere-se a determinada visão de mundo, com valores e comportamentos, com absorção de padrões de gosto e de consumo, com a internalização de ‘imagens de felicidade’ e promessas de realização para

o ser humano, produzidas e disseminadas no capitalismo avançado por intermédio dos conglomerados empresariais da comunicação e do entretenimento e, principalmente, por meio da publicidade. Em uma leitura mais ampla, cultura midiática é, necessariamente, a cultura de mercado pensada e produzida para ser transmitida e consumida segundo a gramática da Indústria Cultural.

Diante disso, ao situar a família enquanto instituição formativa social, educacional e afetiva, percebemos que há a urgente necessidade de ressignificação desta instituição – família no sentido de seu conceito e prática, considerando, desse modo, as práticas sociais contemporâneas e a própria cultura midiática com as recepções, apropriações e mediações de seus conteúdos.

Diante disso, é fato que a cultura midiática exerce um papel fundamental na sociedade contemporânea devido ao seu poder de penetração material e simbólico no cotidiano das pessoas, tornando-se plausível, e até mesmo necessário, pensar a cultura e as ações sociais relacionando-as às mídias. Na postura crítica de compreensão desse fato, considera-se pertinente elucidar, conforme apontamentos de Moraes (2004), que a maioria dos conglomerados midiáticos globais está nas mãos de grandes empresas que veiculam informações e conteúdos de acordo com seus interesses econômicos e parcerias ideológicas, a citar: estúdios, produtoras, distribuidoras e exibidoras de filmes, gravadoras de discos, editoras, TVs abertas e pagas, emissoras de rádio, revistas, jornais, portais *on-line*, agências de publicidade e *marketing*, telefonia celular e agências de jornais.

Mediante esses dados, conceituar *família* na contemporaneidade torna-se um exercício que exige profundas reflexões, uma vez que sua representatividade social é resultado de significativas transformações, conforme as mudanças sociais mais amplas. Essas transformações são percebidas no que diz respeito às relações internas, com a sua composição e as relações estabelecidas entre seus componentes e, ainda, quanto às “normas de sociabilidade externas existentes, fato este que tende a demonstrar seu caráter dinâmico” (OLIVEIRA, 2010, p. 23). Desse modo,

[...] não se pode afirmar que as famílias monoparentais, ou de pais divorciados, ou de pais homossexuais, dentre tantas outras formas de configurações familiares contemporâneas, representem família “desorganizadas”, “desestruturadas”, dentre outros adjetivos inapropriados, pois o que se apresentam são novas constituições familiares (CAETANO; YAEHASHI, 2014, p. 20).

Assim, a família não é mais singular, é plural, e essa multiplicidade não se refere simplesmente ao ato de nomear cada membro que a compõe, mas, sim, expressa as ideias que se tem além da consanguinidade próxima/distante, igual/desigual, que servem de evidência para um sistema organizado e capaz de evidenciar diferentes relações parentais enquanto organização do nome – família (ENGELS, 1984).

Caetano e Yaegashi (2014, p. 20) corroboram ao configurar a família e sua composição, ou seja, “se o casal é recasado, se o casal é homossexual, se é mãe solteira – é algo que diz respeito à configuração familiar”. Ainda, para os autores o conceito de *estrutura familiar* está relacionado “ao conjunto invisível de exigências funcionais que organiza as formas pelas quais os membros da família interagem” (CAETANO; YAEGASHI, 2014, p. 20).

Diante disso, acredita-se que a cultura midiática exerce grande influência nesta nova configuração familiar e de sua estrutura, principalmente ao circular informação, entretenimento e propaganda, em cujo bojo, muitas vezes, vão sendo constituídos valores e padrões de conduta diversificados. Essa ampla circularidade midiática dos bens culturais e sociais, juntamente com a difusão das informações, contribui efetivamente para o surgimento de novas formas de interação social, afetiva e educativa. Claro que, é necessário afirmar, essa difusão de informações, valores e padrões podem afetar de maneira benéfica e maléfica no que tange à compreensão do conceito de *família* na contemporaneidade.

Mesmo com as mudanças sociais e de informação, há quem ainda se resguarda de veicular, pela midiaticização da cultura, valores e concepções distantes do que deve ser a família contemporânea, principalmente porque, mesmo com avanços técnicos, há ainda os ranços relacionados a um retrocesso humano e social com essa temática, espalhando em telenovelas, reportagens, cinemas, etc. conceitos estereotipados, envolvidos por mitos e preconceitos, principalmente quando o assunto é adoção.

Adoção na mídia: da propaganda ao jornal

O surgimento e o desenvolvimento dos meios de comunicação – no caso, a mídia – podem ser considerados uma característica essencial da cultura ocidental e uma dimensão marcante da sociedade atual. “Se quisermos entender a natureza da

modernidade, [...] as características institucionais das sociedades modernas e as condições de vida criadas por elas – devemos dar um lugar central aos meios de comunicação e seu impacto” (THOMPSON, 1995, p. 12, 7).

Ao tratar da adoção na mídia, principalmente considerando os comerciais, as novelas, os jornais e o cinema, percebemos a ampla influência midiática sobre esse assunto, no sentido de cristalizar ou desconstruir mitos e preconceitos, o que nos faz pensar em algumas questões, tais como: Qual a influência da mídia acerca da ideia, da concepção de adoção? Qual a representação da adoção na mídia? O conteúdo sobre adoção apresentado pelos meios de comunicação transmite a cultura atual de adoção? Ou reforçam os mitos e preconceitos sobre a adoção?

Para que tais questionamentos possam ser respondidos, há necessidade de que haja uma compreensão crítica do que seja a palavra *adoção*, a fim de que possamos desenvolver a experiência do pensar crítico e busquemos desconstruir os mitos e preconceitos que, infelizmente, pairam sobre o cenário atual, seja pelas relações sociais, pela informação, telenovelas, entre outras formas.

A palavra *adoção* é um conceito que vem do latim *adoption*, que significa escolher. Portanto, adoção é escolher exercer a maternidade e a paternidade de forma consciente e responsável, ou seja, a adoção gera laços de maternidade, de paternidade e de filiação entre as pessoas (MOURA, 2016). Os conceitos de *maternidade* e *paternidade* vêm do latim *mater* e *pater*, que significam aquele que acolhe, que cuida que protege. Já *filiação* significa tornar-se filho ou filha. É importante entendermos também o conceito de *genitor(a)*, cuja origem vem do latim *genitor* e *genitrix* e quer dizer ‘aqueles que geram’ (MOURA, 2016).

Para Moura (2016), é importante refletir sobre esses conceitos para entender que pai e mãe são aqueles que exercem a maternidade e a paternidade, que cuidam, que acolhem, o que pode acontecer ou não com aquele que gestou, que gerou a criança. Logo, adoção é uma forma de fazer-se pai, de paternar, de fazer-se mãe, de maternar, de tornar-se filho, diferente de gerar, de gestar. Corroboramos com essa ideia de que os filhos, inclusive os biológicos, precisam ser adotados pelos seus genitores, para que estes se tornem pais de fato, não apenas de nascimento.

Compreendidos os conceitos, teremos facilidade em entender que a família é o lugar do encontro afetivo, e não um produto biológico; logo, uma família homoafetiva é

tão legítima como uma família heteroaferiva. Para tanto, é preciso uma ruptura com o conceito de que pai e mãe são aqueles que gestam; gestação não depende da maternidade, pois para exercer a maternidade e a paternidade é preciso ir além do aspecto biológico, é preciso adotar, acolher, cuidar do nascituro, da criança e do adolescente (MOURA, 2016).

Como vimos, adoção é uma escolha; desse modo, quem escolhe ser pai e mãe pela via da adoção precisa fazer isso de forma legal e segura. Para Gadêlha (2016),

A adoção legal é precedida de processos judiciais que reconhecem a impossibilidade da família biológica em cuidar de crianças e adolescentes, que habilitam pessoas a serem pretendentes a pais e mães por adoção, e que legalizam a formação de núcleo familiar, com os mesmos direitos e deveres entre pais e filhos (GADÊLHA, 2016, p. 55).

Entretanto, quando perguntamos “O que é adoção?”, a resposta, para muitas pessoas, é de que adoção é uma opção para adultos com problemas de fertilidade terem filhos; uma chance para as crianças que por algum motivo vivem nos abrigos à espera de um pai e uma mãe; um ato de caridade, uma ação bondosa. Muitos acreditam que filho adotivo é sinônimo de problemas, se sentem temerosos em relação à adoção, por não conhecerem a origem, a genética dos pais biológicos da criança ou do adolescente. Outros receiam que o adotado, quando jovem, queira conhecer os seus pais biológicos. Muitos adultos hoje, quando criança, tinham medo de ter sido adotados por seus pais. Ou, então, cresceram ouvindo dizer que filho adotivo era filho de criação, não era filho de verdade. Provavelmente essas pessoas cresceram acreditando que a adoção não é uma coisa boa, é uma segunda opção, o plano B, para se tornar filho ou filha, pai ou mãe.

Essas questões refletem alguns mitos e preconceitos sobre adoção; o maior deles está relacionado à herança genética, ou seja, que as habilidades, a inteligência, o comportamento, o caráter das crianças são características ‘imutáveis’ herdadas biologicamente. Como na maioria dos casos as crianças adotáveis são aquelas que foram concebidas por homens e mulheres vítimas da pobreza, das drogas, da violência, logo são crianças tidas como ‘problema’, uma ameaça para os adotantes. Mesmo não existindo comprovação científica para tal ideia, muitas pessoas acreditam nesse mito, alimentando o preconceito contra a adoção.

Isso significa pensar que os filhos biológicos são concebidos com certificado de garantia, de que serão saudáveis, inteligentes, bom caráter, amáveis, que não

apresentarão ‘problemas’, pois possuem o sangue, a genética dos seus genitores. Sabemos que não, muitas famílias constituídas geneticamente enfrentam dificuldades na educação dos seus filhos, o que também pode acontecer ou não com as famílias constituídas por adoção. A ideia não é criar mais um embate, dentre os vários que temos vivenciado atualmente, desrespeitando o direito das pessoas de pensar diferente, de expor sua opinião sobre esse ou aquele assunto.

Essa reflexão sobre a adoção de crianças e adolescente no Brasil é de grande significância, pois, acreditamos que é possível e necessário superarmos os mitos e preconceitos, quando nos empenhamos na construção de uma nova cultura da adoção. Precisamos desmistificar a adoção mostrando à sociedade que é possível a constituição de famílias por esta via de filiação, que gerar é diferente de ser pai e mãe, quem gera é genitor(a), que filhos adotivos são filhos de verdade, que educar não é uma tarefa fácil, sejam eles filhos biológicos ou adotivos.

Temos avançado no que diz respeito à construção de uma cultura da adoção no Brasil, com a constituição dos Grupos de Apoio, a publicação de livros para adultos e crianças, a pesquisa científica, a presença do tema adoção na imprensa televisiva e impressa etc. Entretanto, ainda presenciamos atitudes preconceituosas em relação aos filhos e pais adotivos ou, então, o ‘silêncio’ sobre esse assunto, ainda tido como um tabu.

Desse modo, a mídia acaba fortalecendo essa propagação sem medida e sem compreensão crítica sobre a adoção, principalmente quando nos deparamos com certas notícias, telenovelas e outras formas de perpetuação midiática. É fato que, na cultura midiática, não se trata apenas da conformação do público a determinados hábitos, padrões de comportamento, valores, gostos e preferências difundidos por meio da mídia, “mas da criação, duplicação ou da recriação da realidade por meio dela”; de certa forma, a cultura midiática vai além da própria realidade que pretende mostrar (MOREIRA, 2003, p. 1209).

De fato, a cultura midiática, no afã de mostrar a realidade, extrapola seus limites e virtualiza um real degradado à mais rasa banalidade para o consumo narcisista de um público que dá a simulação (ao vivo) de sua própria cotidianidade, individualidade, tornando insignificante, pelo excesso de exposição e pela orgia imagética, sua mais entusiástica adesão (MOREIRA, 2003). Pode-se ousar inferir que o sistema midiático tornou-se, na sociedade contemporânea, talvez o principal fator gerador e difusor de

símbolos e sentidos. Símbolos e sentidos que geram tanto sentimentos de identificação e de pertencimento como de anomia e exclusão. No caso dos anúncios publicitários, estes só têm validade e são eficazes porque têm apelo para os consumidores (OLIVEIRA, 2011).

Nesse prisma, mesmo que diante da ação da mídia no mundo capitalista, neoliberal e globalizado de uma imagem pejorativa, que traz alguma coisa no sentido de nos iludir e manipular, parecendo estar sempre a serviço da ideologia dominante, podemos também, pelo processo de mediação, criar algo novo, no sentido de utilizar seus instrumentos para o enfrentamento da realidade, como é o caso de desenvolver, enquanto pais e escola atitudes de compromisso, responsabilidade e mediação diante da cultura midiática, as crianças e o tema *adoção*.

Sobre essa questão da responsabilidade da escola, por exemplo, podemos citar as contribuições de Lorencini Júnior (1998, p. 40):

A escola é um ambiente social adequado e propício para desenvolver a problematização da temática, discutindo e elaborando estratégias de informação, orientação e intervenção para uma educação preventiva, em que participem alunos, pais, professores e a comunidade em geral.

No que se refere aos apelos constituídos sobre o conceito de *família adotiva*, percebemos que nos últimos anos empresas de produtos alimentícios, telefonia, cosméticos etc. têm apostado em modelos contemporâneos de família em suas propagandas, uma vez que as ‘novas famílias’ se aproximam muito mais da nossa realidade e geram muito mais empatia do consumidor. Em sintonia com a indústria da mercadoria e do consumo, as empresas são hoje as mais poderosas instituições culturais do mundo em diálogo com a mídia publicitária, “contando mais histórias, cantando mais canções, provendo mais imagens e combinando mais metáforas que qualquer outro grupo de instituições [...]” (MOREIRA, 2003, p. 1216).

Citamos, como exemplo, a propaganda ‘Mãe e filha Seara’, exibida no Natal de 2012, que trata de uma adoção inter-racial, sendo a mãe branca e a filha negra, o que, aliás, apoiamos no universo adotivo, considerando que a maioria das crianças disponíveis para adoção são pardas e negras. O comercial mostra a mãe na cozinha preparando um produto Seara, a filha chega e pergunta: *Mãe eu nasci de você?* A mãe questiona: *Por quê?* A menina responde: *Porque na escola falaram que não.* Carinhosamente, a mãe responde: *Antigamente a mamãe vivia triste, você chegou e eu me tornei a pessoa mais feliz do*

mundo. Se te perguntarem se foi eu que te coloquei no mundo, você diz que foi ao contrário, que foi você que me colocou no mundo.

A produtora foi feliz em representar uma cena tão comum nas famílias constituídas por adoção, que é o fato de as crianças fazerem perguntas sobre a sua história nos momentos mais diversos do dia a dia, ou seja, quando os adultos não esperam por tal indagação, assim como o questionamento que surgiu na escola, que nos faz inferir sobre a importância de falar de adoção na escola, por acreditar ser o contexto escolar um espaço propício para a construção de uma cultura adotiva, desconstruindo mitos e preconceitos. Ainda, com a propaganda há também a possibilidade de a empresa veicular uma ética e valores específicos, superando a dimensão exclusivamente econômica (ORTIZ, 1994).

No que diz respeito às propagandas que tratam de adoção, entendemos que, para além do apelo publicitário, elas apresentam uma diversidade familiar, dentre as quais as famílias constituídas por adoção, fazendo com que estas se sintam representadas na mídia e, claro, se não apreciam, passam a apreciar a empresa pela sua iniciativa, sensibilidade em abordar o tema da adoção. Podemos afirmar que são campanhas educativas, isto é, um conjunto de ações para que se possa atingir um determinado fim, visando a mudar algum comportamento, nesse caso, o respeito por esta forma de filiação.

Ayres (2016), em seu artigo sobre adoção e mídia televisiva, ajuda-nos a refletir sobre a presença do tema *adoção* nas novelas. Segundo a autora, tal tema tem sido recorrente nas telenovelas da Rede Globo, como “Páginas da Vida (2006/2007), Cheias de charme (2012), Salve Jorge (2012/2013), Amor à vida (2013/2014), Além do horizonte (2013/2014), Sangue Bom (2013), dentre outras” (AYRES, 2016, p. 93). Isso nos faz pensar que, nos últimos anos, “quase todas as noites o dispositivo adoção entra em nossas casas produzindo emoções e reflexões, enfim subjetividades” (AYRES, 2016, p. 94). Para a autora (2016, p. 94), “não é só a realidade que inspira as novelas. São também as novelas que influenciam a realidade por uma espécie de ida e volta entre ficção e realidade [...]”.

Ao analisar *Amor à vida*, a autora destaca o conteúdo adotivo presente na telenovela: a adoção tardia (adoção de crianças com mais de dois anos de idade), adoção à brasileira (adoção feita de forma ilegal) e adoção judicial por casal homoafetivo. Para

Ayres (2016), a veiculação de narrativas pró-adoção, como as existentes em *Amor à vida*, “visa, dentre outras possibilidades, a desconstruir mitos acerca da prática adotiva, bem como funcionar como um dispositivo capaz de diminuir o número de crianças institucionalizadas” (AYRES, 2016, p. 102).

Já para Soares (2018, p. 1), “há uma resistência na teledramaturgia brasileira em representar os problemas que afetam a vida de quem foi adotado sob uma determinada ótica, como se o fato de não conviverem com pais biológicos fosse a causa de seus problemas”, como os conflitos apresentados pela personagem Manuela, em *Segundo Sol* (2018), refletindo

[...] o estigma do personagem que é rebelde porque vem de um lar desfeito. A utilização do arquétipo do jovem problemático para representar pessoas que foram adotadas, incluindo envolvimento com drogas e/ou violência, reflete o preconceito que ainda se impõe sobre esse grupo (SOARES, 2018, p. 1).

Como já foi dito, essa influência da mídia acerca dos valores, dos conceitos e das ideias propagadas tem seu lado maléfico e benéfico, carecendo sempre de uma postura crítica, de análise e reflexão. Uma nova tendência que tem conquistado o gosto dos brasileiros são as Séries; para Soares (2018, p. 1), “tem crescido o número de seriados que representam a formação de uma família não tradicional com adoção por casais homoafetivos, tais como em *Modern Family*, *Brothers and Sisters* e, mais recentemente, em *13 Reasons Why*”. Na opinião da autora, “a dinâmica das relações familiares nas séries citadas se diferencia das mostradas nas telenovelas brasileiras por não focar na questão da adoção, mas por explorar com mais naturalidade os dramas cotidianos dessa nova configuração familiar” (SOARES, 2018, p. 1).

Como já foi dito, os “meios de comunicação de massa propagam informações e atuam ditando padrões e pertinência de novas tendências” (SOARES, 2018, p. 1). Nesse sentido,

[...] é possível verificar o poder da mídia no crescimento do debate sobre adoção para além da maternidade de quem não consegue ou não deseja constituir família biologicamente, como era há alguns anos. A adoção tem crescido como “visão social”, e essa ideia é reforçada em forma de notícia quando é realizada por pessoas famosas (SOARES, 2018, p. 1).

São muitos os programas televisivos que elegem como pauta a adoção, trazendo para o debate histórias adotivas de pessoas famosas e pessoas comuns, o que certamente contribui para a construção de uma cultura adotiva. Não podemos deixar de

citar o papel importante das reportagens sobre adoção, pois elas “têm sido fundamentais para desconstruir os mitos que rodeiam o processo de adoção, com explicações sobre como realizar o cadastro e as dificuldades que as crianças enfrentam para ter um lar afetuoso e definitivo” (SOARES, 2018, p. 1).

Por outro lado, quando a mídia traz a manchete ‘SP: Filho adotivo mata o pai na Zona Sul: O crime teria acontecido em um acesso de fúria por causa de drogas’, em matéria veiculada em 07/02/2017, por uma emissora de TV, esta reforça o mito e o preconceito de que filho adotivo traz problema, de que não é filho de verdade, é sempre problemático, com grandes chances de se envolver com atos ilícitos, inclusive de matar os pais. Quando o autor do crime é filho biológico da vítima, a manchete não traz o adjetivo *biológico*, como em ‘Filho *biológico* mata o pai na Zona Sul’; é lamentável a existência de manchetes desse tipo, o que certamente reflete o apelo sensacionalista e o preconceito junto às famílias constituídas por adoção.

Notícias sobre mães que abandonam seus bebês também são comuns na mídia, reforçando o preconceito, o julgamento precipitado junto às mulheres que por alguma razão, muitas vezes numa situação de desespero, cometem esse crime; entretanto, nem sempre a notícia é completa, acompanhada de “orientações para estas mulheres que não podem cuidar ou criar seus filhos, os entregarem legalmente na Justiça. Estas notas dão vulnerabilidade às crianças adotivas que ficam supondo que elas também foram ‘achadas dentro de uma sacola plástica’” (SOUZA; CASANOVA, 2014, p. 137).

Considerando a temática proposta nesse artigo ‘Mídia, infância e adoção’, não podíamos encerrar esta sessão sem falar da adoção nos desenhos animados. Como a adoção existe desde tempos remotos, citamos então *Os Flintstones* (1960). Você sabia que Bambam é filho adotivo de Barney e Betty Rubble? Sim, conforme mostrado em episódio da série, Bambam foi adotado pelo seus pais. Já o contemporâneo *Hora de Aventura* apresenta as aventuras de Finn, um garoto humano aventureiro, e o seu melhor amigo e irmão adotivo, Jake, um cão com poderes que lhe permitem alterar a forma e tamanho conforme a sua vontade. Em outras palavras, os personagens adotivos também se fazem presentes nos desenhos animados, invadindo as telas (televisão, *smartphones*, *tablets* etc.) dos pequenos desde a mais tenra idade e que, sob a supervisão de um adulto, poderão contribuir para a construção da cultura adotiva.

Dentro de um universo maior, novos valores entram em cena, seja pela telenovela, propaganda, cinema, notícias, etc., necessários a alterar a cultura política autoritária e excludente acerca da família pela adoção. Sobre esse assunto, Weber (2011) orienta-nos para uma melhor participação na mídia, no sentido de escrever ao editor dados positivos ou negativos relacionados ao tema *adoção*. Diz ainda: “se identificar uma situação em algum livro, filme ou publicidade, escreva para os responsáveis ou junte-se com outras pessoas para fazê-lo” (WEBER, 2011, p. 140), a fim de que haja o engajamento social, cultural e educativo sobre o assunto, com possibilidades de ampliação dos horizontes perceptivos sobre a criança e a adoção.

Adoção e cinema: reeducando o olhar a partir da educação

O cinema é considerado um brinquedo maravilhoso, sobretudo se comparado às outras artes que “vieram do passado e foram se modernizando, às vezes mais racional do que emocionalmente, enquanto o cinema não teve necessidade de uma reconceituação de valores” (MERTEN, 1990, p. 45), nem mesmo quando unificou imagem e som, possibilitando a este último a mesma importância da estrutura visual.

Como instrumento de comunicação e, ao mesmo tempo, de dominação cultural, o cinema tanto “é capaz de dar sentido à fantasia não apenas de quem faz, mas também de quem vê filmes”, quanto de impor conceitos e influenciar o público, tornando-se um “interlocutor ditatorial, na medida em que coloca o espectador quase sempre numa posição passiva” (MERTEN, 1990, p. 45, 46). Por outro lado, Merten (1990, p. 10) explica que a passividade do público não é regra fixa, já que o espectador “desempenha um papel ativo muito importante em relação ao cinema, pois, no ato de ver e assimilar o filme, o público o revisa na própria consciência, e essa é uma atividade de criação”.

Loureiro (2008, p. 136) reconhece que “os filmes são uma fonte de formação humana, pois estão repletos de crenças, valores, comportamentos éticos e estéticos constitutivos da vida social”. Nesse sentido, a produção fílmica como manifestação possibilita não só “tornar-se humano, mas também como elemento fomentador desse processo” (LOUREIRO, 2008, p. 136).

Daí a possibilidade, segundo Loureiro (2008), de explorar possíveis conexões entre o cinema e educação a partir de uma reeducação do olhar, frente às produções

cinematográficas, já que a educação como prática social se faz presente em diferentes momentos do cotidiano, e não apenas no âmbito da escola. Os filmes portam uma faceta educacional ao contribuírem na formação de valores éticos, sobretudo quando retratam a dinâmica da vida em sociedade e “se ocupam da transmissão e assimilação de sensibilidades e conhecimentos” (LOUREIRO, 2008, p. 137).

Para Duarte (2002), o cinema pensado a partir da educação pode ser considerado uma forma de socialização dos indivíduos e instâncias culturais que produzem saberes, identidades e visões de mundo que orientam as práticas dos diferentes grupos sociais. Por meio dele é possível ensinar valores e crenças em função de ser considerado um espaço privilegiado de produção de sociabilidade e de interação entre os pares.

De certa forma, a linguagem cinematográfica, segundo Duarte (2002), possibilita ao espectador a competência para analisar, compreender e apreciar qualquer história apresentada pela magia do cinema. Isso porque o cinema apoia sua linguagem fundamentalmente na imagem em movimento em função de ser o suporte principal e carro-chefe da comunicação. Além disso, a imagem cinematográfica tem um grande componente subliminar, já que passa muitas informações que não é possível captar conscientemente, sobretudo porque são sublinhadas pelo som e legenda (DUARTE, 2002).

Nessa perspectiva, Fantin (2009) ressalta que os filmes levam o espectador para lugares onde ele deixa de ser mero espectador, já que vive emoções por meio de imagens, de músicas e de ambientes que permitem a identificação com os personagens e suas aventuras. Por meio do cinema, segundo Fantin (2009), é possível transgredir a relação tempo-espaço; passado-presente e viver intensamente as cenas que acontecem simultaneamente em diversos tempos e lugares.

No cinema, além de testemunhar o que a imaginação dos personagens revela, temos a possibilidade de ir além, pois os filmes oferecem panoramas deslumbrantes aos nossos olhos e mostram-nos milhares de fantasias possíveis. Alguns estudos sugerem que esse processo é potencializado nas crianças pela especificidade de seu pensamento simbólico, pelo estranhamento e pela inversão do olhar (FANTIN, 2009, p. 211).

Nessa direção, Berti (2015) considera que o cinema também pode ser pensado do ponto de vista da experiência, pois “ver um filme é estar diante de uma alteridade,

uma condição exterior ao espectador que o força a estabelecer relação entre o que se passa com o filme e com a sua própria subjetividade” (BERTI, 2015, p. 43). Daí a importância de possibilitar situações em que o espectador tenha a oportunidade de assistir filmes capazes de ampliar o pensamento, pois, segundo Berti (2015), estamos em conexão com o que vemos, sentimos e ouvimos, sobretudo aprendendo por meio das experiências compartilhadas.

Por meio de atividades que tenham como foco a diversificação de gostos, o professor, a partir da escolha de diferentes tipos de filmes, pode provocar estranhamentos capazes de aguçar os sentidos dos alunos, convidando-os a descobrir outros tipos de narrativas cinematográficas, escapando das habitualmente conhecidas (BERTI, 2015, p. 45).

Desse modo, o cinema possibilita não só a ampliação do repertório cultural, mas também “a proliferação de repertórios sensíveis, pois a experiência sensível de apreensão do mundo não se dá exclusivamente pela racionalidade” (BERTI, 2015, p. 45). Ao contrário, “ela advém também dos afetos, ou seja, de como percebemos e nos afetamos pelas coisas que acontecem no mundo” (BERTI, 2015, p. 46). Por esse motivo, indicamos a sétima arte, ou seja, o cinema como um recurso importante na construção da cultura adotiva, e sugerimos, a seguir, filmes que podem ser utilizados para uma reflexão mais aprofundada sobre adoção e infância.

Teixeira, Larrosa e Lopes (2006, p. 12) afirmam que “o cinema olha a infância e nos ensina a olhá-la”, já que nos põe cara a cara com o comportamento da criança, com seu movimento, com sua corporeidade, com sua gestualidade própria, que só pode ser conhecida a partir do exterior, que só pode ser vista, mas não compreendida. Para os autores,

É como se o cinema não somente olhasse às crianças, mas tratasse de aproximar-se de uma mirada infantil, tentasse reproduzir, ou inventar, um olhar de criança. Algumas vezes o cinema dá a ver o mundo, o real, pelos olhos de uma criança que dão ao visível suas qualidades perceptivas ou emocionais (TEIXEIRA; LARROSA; LOPES, 2006, p. 12).

O filme *Reis e rainha*, dirigido por Arnaud Desplechin, no ano de 2004, na França, conta a história do menino Elias, filho de Nora, uma mulher ambiciosa e diretora de uma galeria de arte, que, prestes a se casar pela terceira vez, acreditava que encontrara o homem certo. Porém, por ser filho de pai falecido antes de seu nascimento, o pequeno Elias se apegara em Ismael, que era ex-companheiro de sua mãe. O ponto alto do filme

mostra a cena em que Ismael dialoga com o menino, explicando que não poderia adotá-lo em função de não conviver mais com Nora. O menino, então, não encontra espaço para a felicidade, sobretudo por ser vítima dos desejos dos adultos no desenvolvimento do enredo da trama.

O filme *Clean*, dirigido pelo francês Olivier Assayas, também produzido em 2004, conta a história de Emily Wang, usuária de drogas que, após ser presa por seis meses, busca reatar a convivência com o filho pequeno, que vive com os pais de Lee Hausser, seu marido, astro de *rock* e falecido por *overdose*. As cenas se desenvolvem norteadas pela obsessão de Emily em recuperar a guarda de seu filho e, ao mesmo tempo, manter-se sóbria e longe das drogas.

O filme de animação e documentário, intitulado *Aprovado para adoção*, dirigido pelo coreano Jung Laurent Boileau, no ano de 2012, conta sua própria história. Ao ser encontrado por um policial, vagando pelas ruas de Seul, seu formulário de adoção continha reduzidas informações, além do nome e da menção: 'cor da pele: mel'. Adotado por uma família da Bélgica, Jung se torna cartunista e, após quatro décadas, retorna ao seu país, decidindo contar sua trajetória, sobretudo sobre as dificuldades de adaptação e sobre sua difícil questão identitária.

No filme *Meu malvado favorito*, dirigido por Pirre Coffin e Chris Renaud, o personagem Gru é apresentado, a princípio, como um vilão que não gosta de crianças. No entanto, quando percebe que não será fácil colocar seu plano de roubar a lua, já que o raio encolhedor é a única arma que possibilitará a concretização do intento e se encontra na fortaleza do outro supervilão, ele vê a chance de adotar três irmãs órfãs. Isso porque somente as meninas conseguem adentrar na impenetrável fortaleza do Vetor para vender-lhe biscoitos.

Ao adotar as meninas Margô, Edith e Agnes, Gru, não contava com a inocência e doçura das pequenas quando solicitado para levá-las ao balé e ao parque de diversões. A partir disso, todo o mal humor e hostilidade de Gru começa a se dissipar, e ele passa demonstrar um sentimento fraternal pelas meninas. Quando cobrado para contar histórias, Gru se emociona ao se deparar com um desenho em que Margô, Edith e Agnes estão retratadas como parte integrante da árvore genealógica na parede. No desenrolar da história, a figura do vilão passa a dar lugar para a figura de pai herói, já que Gru, além de devolver a lua que havia roubado, ainda consegue recuperar as filhas que se

encontravam em poder de Vetor. Palavras de carinho também são mostradas no filme, quando Gru deixa claro o sentimento afetivo pelas meninas ao considerá-las suas filhas.

O filme *Kung Fu Panda*, dirigido por Mark Osborne e John Stevenson, traz como protagonista, um urso panda chamado Po, que tem um sonho de ser lutador de Kung Fu. Por não acreditar em seu próprio potencial, ele se torna fã do grupo “cinco furiosos”, que é constituído pela Tigresa, o Macaco, a Víbora, a Garça e o Louva-Deus, treinados pelo Mestre Shifu.

Adotado por uma ave, que lhe transmite ensinamentos como a importância de reconhecer seu próprio potencial e acreditar em si mesmo, Po progride e desperta para conquistar seu sonho e, sobretudo, vencer o terrível Tai Lung, um vilão que, no sonho do seu orientador, Mestre Oogway, uma tartaruga milenar, destruiria o Vale da paz. O filme mostra a necessária virtude do respeito ao próximo, quando o Mestre Shifu não reconhece o potencial de Po, porém, no desenrolar da história, passa a aceitar o urso da maneira como ele se apresenta.

Pode-se afirmar que o cinema enriquece o imaginário das crianças, segundo Fantin (2009, p. 212), independentemente da complexidade que envolve a relação entre imagem e imaginação. Isso porque “o imaginário se constrói de diferentes formas, [então] tais questões podem ser redimensionadas, mas as imagens de um filme raramente conseguem capturar a força emocional das imagens mentais que formamos ao ler”.

É importante ressaltar que os filmes aqui apresentados pretendem contribuir para novos olhares frente à cultura da adoção, haja vista que o cinema possibilita a magia e o encantamento por meio de suas produções fílmicas; entretanto, recomendamos sempre a supervisão e a mediação do adulto, pois alguns filmes, apesar do seu encanto, podem apresentar aspectos negativos relacionados à adoção, como em *Meu malvado Favorito*, por exemplo, numa cena em que as meninas são devolvidas ao orfanato. No imaginário infantil, uma criança adotada pode acreditar que ela pode ser devolvida, assim como devolvemos um objeto que já não nos atende mais. Outro aspecto é o abandono, presente nos filmes *Kung Fu Panda*, quando este é deixado na porta do restaurante do seu pai adotivo. De acordo com a lei brasileira, abandonar é crime, diferente de entregar a criança para adoção.

Considerações Finais

A cultura midiática tem, de modo geral, influenciado significativamente na composição das organizações e estruturas sociais e familiares, especificamente no que se refere ao processo de adoção no Brasil. O texto direcionou as discussões para a desconstrução dos mitos e preconceitos sobre a adoção na mídia, sobretudo em relação aos comerciais, novelas, jornais e as produções fílmicas, que, de certa forma, exercem ampla influência acerca da concepção de adoção. Ainda, enveredou o olhar para a representação da adoção na cultura midiática, sinalizando tanto para perpetuar uma imagem pejorativa ou para possibilitar a reflexão.

O cinema pode ser um instrumento facilitador na abordagem de diversos temas e conceitos com crianças e adolescentes. Com base nisso, acreditamos que, por meio dessa ferramenta, a temática da adoção pode ser apresentada às crianças, numa linguagem que elas consigam compreender e por meio da qual consigam desenvolver uma nova cultura da adoção.

No entanto, é preciso que o adulto (pais e professores) tenha conhecimento sobre adoção, para que ele possa mediar as situações apresentadas nos filmes, seja para apontar os aspectos positivos e os negativos. Desse modo, sugerimos aos pais e professores a participação em palestras, Grupos de Apoio à Adoção, leitura de livros e artigos sobre a temática, a fim de que seja reeducado o olhar em sintonia com atitudes de responsabilidade e compromisso com uma nova cultura de adoção de maneira mais emancipada.

Por fim, destacamos também a contribuição da Universidade no que diz respeito à construção de uma cultura da adoção, por ser esta uma instituição por excelência formadora de professores para a educação básica. É também um espaço de produção e disseminação do conhecimento que pode construir saber teórico aliado à prática dos professores e demais profissionais da infância acerca da adoção, cumprindo, assim, com a sua função social, que é possibilitar a aproximação entre o conhecimento científico e a comunidade externa.

Referências

- AYRES, Lygia Santa Maria. Adoção e mídia televisiva: a telenovela Amor à vida em análise. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 68, n. 3, p. 92-109, dez. 2016. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S180952672016000300008&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 20 fev. 2019.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1978.
- BERTI, Andreza Oliveira. Reflexões pedagógicas sobre o cinema. **Revista de Educação**, Campinas: PUC, n. 20, p. 41-49, jan./abr., 2015.
- CAETANO, Luciana Maria; YAEGASHI, Solange Franci Raimundo. A relação escola e família: reflexões teóricas. In: _____; _____ (Orgs.). **Relação escola e família: diálogos interdisciplinares para a formação da criança**. São Paulo: Paulinas, 2014. p. 11-40.
- DUARTE, Rosália. **Cinema & Educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.
- ENGELS, Friedrich. **A origem da família, da propriedade privada e do estado**. 9. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1984.
- FANTIN, Monica. Cinema e imaginário infantil: a mediação entre o visível e o invisível. **Revista Educação e Realidade**, n. 34, p. 205-223, maio/ago. 2009.
- GADÊLHA, Fabiana Arantes Campos. Quarta Oficina: Aspectos legais da adoção. In: **Programa de formação para os núcleos de preparação para adoção e apadrinhamento afetivo**. Aconchego; SDH/PR: Brasília, 2016.
- HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.
- HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. **Textos escolhidos: traduções Zeljko Loparié et al.** 5. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1991 (Coleção Os Pensadores).
- LORENCINI JÚNIOR, Álvaro. Enfoque contextual das drogas: aspectos biológicos, culturais e educacionais. In: AQUINO, Julio Groppa (Org.). **Drogas na escola: alternativas teóricas e práticas**. São Paulo: Summus, 1998.
- LOUREIRO, Robson. Educação, Cinema e Estética: elementos para uma reeducação do olhar. **Educação e Realidade**, jan./jun. 2008. p. 135-154.
- MERTEN, Luiz Carlos. O cinema e a infância. In: ZILBERMAN, Regina (Org.). **A produção cultural para a criança**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1990. 4. ed. p. 45-59.
- MORAES, Dênis de. A lógica da mídia no sistema de poder mundial. **Eptic On Line – Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, Aracaju, v. 6, n. 2, p. 16-36, maio-ago. 2004. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/epctic/article/view/411/538>>. Acesso em: 17 jun. 2004.

MOREIRA, Alberto da Silva. Cultura Midiática e educação infantil. **Educação e Sociedade**, Campinas: CEDES, v. 24, n. 85, p. 1203-1235, dez. 2003.

MOURA, Guilherme Lima. **Programa Transversais** – Guilherme Lima. Entrevistadora: Dilma Tavares Luciano. Vídeo. Recife: UFPE, 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2aP5Don6Nt4>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

OLIVEIRA, Cynthia Bisinoto Evangelista de; MARINHO ARAÚJO, Claisy Maria. A relação família-escola: intersecções e desafios. **Estudos de Psicologia**, Campinas, v. 27, n. 1, p. 99-108, jan./mar. 2010.

OLIVEIRA, Marta Regina Furlan de. **A lógica do consumo na sociedade contemporânea e sua influência na mediação do professor no processo de formação do pensamento infantil**. 2011. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Estadual de Maringá, 2011.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SOARES, Dayanne. De novelas a jornais: como a mídia retrata adoção? **SOS Imprensa**. Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Brasília: UNB, jun. 2018. Disponível em: <<https://sosimprensa.wordpress.com/2018/06/06/de-novelas-a-jornais-como-a-midia-retrata-adoacao/2018>>. Acesso em: 22 fev. 2019.

SOUZA, Hália Pauliv de; CASANOVA, Renata Pauliv de Souza. **Adoção e a preparação dos pretendentes**. Curitiba: Juruá, 2014. p. 133-140.

TEIXEIRA, Inês Assunção de Castro; LARROSA, Jorge; LOPES, José de Sousa Miguel. **A infância vai ao cinema** (Orgs.). Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

WEBER, Lidia Natalia Dobrianskyj. **Adote com carinho: um manual sobre aspectos essenciais da adoção**. Curitiba: Juruá, 2011.

Sobre as autoras

Gilmara Lupion Moreno

Doutora em Educação pela Universidade de São Paulo (USP). Professora Adjunta na Universidade Estadual de Londrina, Centro de Educação, Comunicação e Artes – CECA, Departamento de Educação, Londrina, Paraná, Brasil. E-mail: gilmaralupion@hotmail.com. Orcid: <http://orcid.org/0002-4435-878>

Jaqueline Delgado Paschoal

Pós-Doutora em Educação pela Universidade Júlio de Mesquita Filho/UNESP/Assis. Professora Associada na Universidade Estadual de Londrina, Centro de Educação, Comunicação e Artes – CECA, Departamento de Educação, Londrina, Paraná, Brasil. E-mail: jaquelinedelgado@uol.com.br. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-7961-2362>

Marta Regina Furlan de Oliveira

Pós-Doutora em Educação pela UNESP de Marília/SP. Professora Adjunta na Universidade Estadual de Londrina, Centro de Educação, Comunicação e Artes – CECA, Departamento de Educação, Londrina, Paraná, Brasil. E-mail: mfurlan.uel@gmail.com.

Orcid: <http://orcid.org/0000-0003-2146-2557>

Recebido em:

Aceito para publicação em: