

# ADOÇÃO TARDIA



*afeto não tem idade*





**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**  
CURSO DE DESIGN VISUAL

SIMONE MELLO PEREIRA URIARTT

**AFETO NÃO TEM IDADE, UMA CONTRIBUIÇÃO DO DESIGN VISUAL  
À SENSIBILIZAÇÃO DOS PRETENDENTES À ADOÇÃO**

Porto Alegre

2014

Mello Pereira Uriartt, Simone

Afeto não tem Idade, uma Contribuição do Design Visual à Sensibilização dos Pretendentes à Adoção / Simone Mello Pereira Uriartt. 2014.

188 páginas

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Arquitetura, Curso de Design Visual, Porto Alegre, BR-RS, 2014.

Orientadora: Maria do Carmo Curtis.

1. Design 2. Design Centrado no Ser Humano 3. Adoção  
4. Documentário I. Curtis, Maria do Carmo, orient. II. Título.

**BANCA EXAMINADORA**

SIMONE MELLO PEREIRA URIARTT

**AFETO NÃO TEM IDADE, UMA CONTRIBUIÇÃO DO DESIGN VISUAL  
À SENSIBILIZAÇÃO DOS PRETENDENTES À ADOÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso II submetido ao Curso de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura da UFRGS, como quesito parcial para a obtenção do título de Designer.

Orientadora: Maria do Carmo Gonçalves Curtis

Aprovado em: Porto Alegre, 12/12/2014

.....  
Prof.ª Me. Maria do Carmo Gonçalves Curtis — Orientadora | UFRGS

.....  
Prof. Dr. Airton Cattani | UFRGS

.....  
Prof. Me. Fabiano de Vargas Scherer | UFRGS

.....  
Prof.ª Me. Carolina Bustos | ESPM



## **DEDICATÓRIA**

Dedico esse trabalho primeiramente aos meus pais Sonia Mello e Ari Uriartt pela coragem de serem pais por adoção e por serem os fomentores dos meus sonhos. Dedico também à minha família extensa formada por Gustavo Uriartt, Marcia Diehl, Tiago Uriartt, Ledyane Uriartt, Carlos Mello e Beatriz Masotti. Aos meus irmãos de sangue: Rafael, Fiori, Luciano e Alexandre que embora tenhamos crescido em famílias diferentes, são uma das motivações da escolha do tema deste trabalho.

Este projeto somente tornou-se real porque contou com o apoio de amigos muito especiais. Sendo assim, dedico ao Evandro Perondi pelo apoio incondicional nos momentos de angústia; ao quarteto fantástico formado por Clara Ályyegra Lyra, Marina Roos Guthmann, Paula Buela e Sara Tae Yamazaki, pelo apoio técnico e emocional ao longo desse ano; e à Mariana Ikuta não só pelas ilustrações mas também pelas conversas enriquecedoras em todas as etapas desse projeto.





## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à professora Maria do Carmo Curtis pelo abraço apertado ao final de cada reunião de orientação. Ao Instituto Amigos de Lucas, especialmente Ana Algorta e Lizianne Cenci, e a todos os pretendentes à adoção e famílias que compartilharam suas histórias comigo.

Aos amigos que estiveram presentes ao longo dessa jornada universitária: Etienne Tresoldi, Bruna Schuch, Patrick Rigon, Carolina Guimarães, Sadaf Pourghorbani, Roy Suo, Clareana Soares, Henrique Lohmann, Fahad Alsowait, Deirdre Thibault, Lizane Tan, Marina Lopes, Ricardo Drehmer, Guilherme Robaski, Renata Ligabue, Stefani Monsú, Joana Buglione, Natália Ramos, Diovanne Ouriques, Vinícius Strack, Camila Bermúdez, Fernando Guimarães, Zanir Bohrer, Silvana Bohrer, Rafael Hilário, Maria Sirlei Hamme e Cleusa Alves da Rocha.

A designer que serei foi fortemente influenciada por ótimos professores, e por isso gostaria de agradecer à Anna Busko, Júlio van der Linden, Eduardo Cardoso, Fabiano Scherer, Cilene Estol e Nelson Rosa por todos os ensinamentos e ao professor Mario Fontanive pela confiança no empréstimo do equipamento fotográfico. Agradeço também a oportunidade oferecida pelo Programa Ciência sem Fronteiras, e à Nova Scotia College of Art & Design, especialmente Marlene Ivey, Steve Farmer e Linda Hutchison. Sou muito grata aos servidores da UFRGS, Rejane Gularte e Fernanda Cardozo pela ajuda nos trâmites acadêmicos.

Não poderia deixar de registrar agradecimento aos meus primeiros chefes: Felipe Rijo e Henrique Steyer (Albus); Fernanda Aldabe e Gabriel Besnos (Agência Bistrô); Gabriel Gallina, Roberto Bastos e Fernando Franco (Sceno), pelos ensinamentos profissionais.

E por último mas não menos importante, agradeço a Ceonara Fernandes pela paciência no cuidado com os nossos cães. E para evitar injustiça agradeço todos os meus amigos de quatro patas: Lica, Moa, Mimosa, Bebel e Marfim (*in memoriam*); Pitty, Paçoca, Amie, Preta, Farofa, Amarelo, Odara, Guri, Mana, Glass, Pituca, Faísca, Inú, Juju e aos outros cães que passaram por nossa casa durante esses oito anos de estudos universitários e me ensinaram a ter compaixão por todos os seres vivos.



*É impossível ser feliz sozinho.*

Tom Jobim



## RESUMO

Segundo o Conselho Nacional de Justiça, existem atualmente no Brasil 28.151 pretendentes à adoção no Cadastro Nacional de Adoção e 5.281 crianças e adolescentes aptos à adoção, indicando, assim, um descompasso entre o número de famílias prontas para receber uma criança em relação ao número de crianças e adolescentes aptos à adoção. A dificuldade em garantir o direito à convivência familiar e comunitária para essas crianças e adolescentes impulsionou a realização deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Esse consiste no desenvolvimento de projeto em Design Visual para sensibilizar os pretendentes à adoção visando ampliar o perfil de criança desejada - adoção tardia. Por adoção tardia entende-se crianças que são adotadas a partir de dois anos de idade.

A abordagem metodológica do trabalho se alinha a metodologias participativas, quando o designer se coloca em parceria com os envolvidos no contexto do desenvolvimento de projeto como o Human-Centered Design (HCD). A opção por esta abordagem deve-se ao fato de que o objetivo preconizado neste TCC, a sensibilização dos pretendentes à adoção, constitui-se em um problema, cuja natureza complexa demanda a inclusão e percepção de um maior número de pessoas envolvidas no processo: candidatos a adoção - pretendentes, psicólogos, pais adotivos convencionais e tardios, e especialistas na área.

A primeira etapa (TCC1) incide na imersão no processo de adoção no Brasil através das pesquisas bibliográfica e de campo; da análise de dados adquiridos; e, da geração de alternativas. A segunda etapa (TCC2) implica na seleção das alternativas geradas anteriormente; produção de dois filmes do gênero documentário; desenvolvimento de identidade visual; e, por fim, e detalhamento técnico do projeto visual.

A proposta final engloba a produção de vídeos sobre adoção tardia como instrumento de sensibilização para divulgar junto aos pretendentes os aspectos do processo de adoção, como por exemplo as expectativas dos pais e o período de adaptação. O projeto “Adoção Tardia, afeto não tem idade” inclui *website*, peças gráficas de apoio e identidade visual dos vídeos que foram planejados na perspectiva de compor uma série enfocando diversos tópicos relacionados a esse tema.

**Palavras-chave:** *adoção tardia, design social, design centrado no ser humano, documentário.*



## **ABSTRACT**

*According to the National Justice Council, there are currently in Brazil 28,151 applicants registered at the National Adoption List and 5,281 children and adolescents eligible for adoption, thereby indicating a mismatch between the number of families ready to receive a child in relation to the number of children and adolescents eligible for adoption. The difficulty of guaranteeing the right to family and community life for these children and adolescents led to this Course Graduation Project. This comprises the development of visual design project to sensitize the adoption applicants to enlarge their desired child's profile - older child adoption (children older than two years).*

*The methodological approach used aligns with participatory design, when the designer is placed in partnership with stakeholders in the context of project development known as Human-Centered Design (HCD). The choice of this approach is due to the fact that the recommended goal in this Course Graduation Project, to raise awareness between the adoption candidates, it is a problem of complex nature which demands the inclusion and perception of many people involved in the process: adoption applicants, psychologists, adoptive parents and social service experts.*

*The first module (TCC1) focuses on immersion into adoption process in Brazil through the literature and field research; analyzing the acquired data; generating alternatives. The second module (TCC2) implies the selection of the alternatives previously generated; production of two documentaries films; development of visual identity; and finally, technical specification of the project.*

*The proposal encompasses video production about older child adoption in order to increase awareness about aspects of the adoption process, for example, parents' expectations and adjustment period. The Project "Late Adoption, age does not matter for affection" includes website, graphic materials and visual identity for videos that were planned to compose a serie, addressing several topics related to this theme.*

**Keywords:** *older child adoption, social design, human-centered design, documentary.*





## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b>	Modelo em espiral dos estágios de Inovação Social. Fonte: Young Foundation, Social Innovation Exchange apud European Comission, 2013. Adaptado pela autora.....	40
<b>Figura 2</b>	Tempo de permanência em situação de acolhimento institucional. Fonte: Plano Nacional de Promoção, Proteção e Defesa do Direito de Crianças e Adolescentes à Convivência Familiar e Comunitária, 2006. Adaptado pela autora. ....	47
<b>Figura 3</b>	Percentual de pretendentes por região. Fonte: Conselho Nacional de Justiça. 2013. Adaptado pela autora.....	49
<b>Figura 4</b>	Pretendente à adoção em relação à existência de filho biológico. Fonte: Conselho Nacional de Justiça, 2013. Adaptado pela autora.....	49
<b>Figura 5</b>	Estado civil do pretendente à adoção. Fonte: Conselho Nacional de Justiça, 2013. Adaptado pela autora.....	50
<b>Figura 6</b>	Faixa etária do pretendente à adoção. Fonte: Conselho Nacional de Justiça, 2013. Adaptado pela autora.....	50
<b>Figura 7</b>	Faixa de renda dos pretendentes. Fonte: Conselho Nacional de Justiça, 2013. Adaptado pela autora.....	51
<b>Figura 8</b>	Pretendentes que aceitam crianças e/ou adolescentes com algum tipo de doença e o percentual de crianças e adolescentes com doença física ou mental. Fonte: Conselho Nacional de Justiça, 2013. Adaptado pela autora.....	51
<b>Figura 9</b>	Raça/cor da criança e do adolescente apto à adoção em relação à preferência do pretendente. Fonte: Conselho Nacional de Justiça, 2013. Adaptado pela autora.....	52
<b>Figura 10</b>	Idade da criança e do adolescente apto à adoção em relação à preferência do pretendente. Fonte: Conselho Nacional de Justiça, 2013. Adaptado pela autora. ....	53
<b>Figura 11</b>	Principais tipos de planos. Fonte: GERBASE, 2012. Adaptado pela autora.....	60
<b>Figura 12</b>	Comparativo das principais proporções de tela. Fonte: Filmmakeriq.com, 2013. Adaptado pela autora.....	62
<b>Figura 13</b>	Aspectos básicos de ondas sonoras. Fonte: Filmmakeriq.com, 2014b. Adaptado pela autora.....	63
<b>Figura 14</b>	Envelope sonoro de fragmento de arquivo digital de áudio. Fonte: autora (2014).....	63
<b>Figura 15</b>	Níveis lógicos mentais no enquadramento do objeto telefone. Fonte: Vesk, 2012. Adaptado pela autora.....	67

<b>Figura 16</b>	Comparativo dos tipos de raciocínio através das diferentes configurações das incógnitas. Fonte: Dorst, 2010. Adaptado pela autora. ....	68
<b>Figura 17</b>	As três lentes do Design Centrado no Ser Humano. Fonte: IDEO, 2009. Adaptado pela autora.....	71
<b>Figura 18</b>	Comparativo das etapas segundo vários autores. Fonte: autora (2014). ....	72
<b>Figura 19</b>	Etapas do projeto. Fonte: autora (2014). ....	74
<b>Figura 20</b>	Cronograma TCC 1. Fonte: autora (2014). ....	75
<b>Figura 21</b>	Cronograma TCC 2. Fonte: autora (2014). ....	76
<b>Figura 22</b>	Fonte: Sleeswijkvisser et al., 2005 apud Vianna et al., 2012. Adaptado pela autora.....	77
<b>Figura 23</b>	Fonte: Vianna et al., 2012. Adaptado pela autora. ....	80
<b>Figura 24</b>	Layout do cartão de <i>insight</i> . Fonte: Vianna et al (2012). Adaptado pela autora. ....	80
<b>Figura 25</b>	Dois componentes da prototipação. Fonte: Vianna et al., 2012. Adaptado pela autora.. .	82
<b>Figura 26</b>	Escultura da campanha “ <i>Take a photo. Save a stolen child</i> ”. Fonte: Take, 2012. ....	86
<b>Figura 27</b>	Captura de tela do <i>website</i> <a href="http://www.foodrevolutionday.com">www.foodrevolutionday.com</a> (2014). ....	87
<b>Figura 28</b>	Captura de tela do <i>website</i> <a href="http://www.worldwildlife.org">www.worldwildlife.org</a> (2014). ....	88
<b>Figura 29</b>	Quadro inicial do curta Removed. Fonte: <a href="https://vimeo.com/73172036">https://vimeo.com/73172036</a> (2014).. ....	89
<b>Figura 30</b>	Quadro do vídeo da família Ivey do Archibald Project. Fonte: <a href="https://vimeo.com/58418675">https://vimeo.com/58418675</a> (2014). ....	90
<b>Figura 31</b>	Quadro do vídeo da campanha “Laços de Amor”. Fonte: <a href="http://www.portaladocao.com.br/a-campanha/">http://www.portaladocao.com. br/a-campanha/</a> (2014). ....	91
<b>Figura 32</b>	Encontro do Grupo de Apoio à Adoção em abril de 2014. Foto da autora (2014).. ....	92
<b>Figura 33</b>	Oficina do Apadrinhamento Afetivo em maio de 2014. Foto da autora (2014).. ....	94
<b>Figura 34</b>	Kit retomado do participante piloto. Foto da autora (2014). ....	96
<b>Figura 35</b>	Kit do participante reformulado após o piloto. Foto da autora (2014).. ....	97
<b>Figura 36</b>	Mural com <i>post-its</i> . Fonte: autora (2014). ....	99
<b>Figura 37</b>	Mapa conceitual. Fonte: autora (2014). ....	100
<b>Figura 38</b>	Compilação das ideias criadas na sessão de <i>Brainstorming</i> . Fonte: autora (2014). ....	104

<b>Figura 39</b>	Conhecimento, desmistificação e aceitação. Fonte: Rivello, 2013. ....	106
<b>Figura 40</b>	Alternativas para a identidade visual. Fonte: autora (2014). ....	109
<b>Figura 41</b>	Versão principal e variações. Fonte: autora (2014). ....	110
<b>Figura 42</b>	Proporções do logotipo e área de proteção. Fonte: autora (2014). ....	111
<b>Figura 43</b>	Família tipográfica Brandon Grotesque. Fonte: autora (2014), a partir de Döhren, 2009/10. ....	112
<b>Figura 44</b>	Modificações nos caracteres “ç” e “i”. Fonte: autora (2014). ....	112
<b>Figura 45</b>	Padrão cromático da identidade visual. Fonte: autora (2014). ....	113
<b>Figura 46</b>	Convite para a divulgação da filmagem. Foto: autora (2014). ....	116
<b>Figura 47</b>	Posição das câmeras, entrevistado, entrevistador e microfonista. Foto: autora (2014). . .	117
<b>Figura 48</b>	Exemplo de quadros extraídos dos vídeos antes e depois da gradação de cores. Fonte: autora (2014). ....	120
<b>Figura 49</b>	Ilustração do episódio “As Expectativas dos Pais”. Fonte: Ikuta, 2014b. ....	122
<b>Figura 50</b>	Ilustração do episódio “Período de Adaptação. Fonte: Ikuta, 2014c. ....	122
<b>Figura 51</b>	Quadros da animação 1. Fonte: autora (2014). ....	124
<b>Figura 52</b>	Quadros da animação 2. Fonte: autora (2014). ....	125
<b>Figura 53</b>	Captura de tela do canal da série no Youtube. Fonte: autora (2014). ....	126
<b>Figura 54</b>	Layout do <i>website</i> . Fonte: autora (2014). ....	127
<b>Figura 55</b>	Layout do poster com fotografia. Fonte: autora (2014). ....	128
<b>Figura 56</b>	Layout do poster com ilustração. Ilustração: Ikuta 2014a. ....	129
<b>Figura 57</b>	Modelo de botons. Fonte: autora (2014). ....	129



## **LISTA DE ABREVIATURAS**

**ECA** Estatuto da Criança e do Adolescente

**CNJ** Conselho Nacional de Justiça

**CNA** Cadastro Nacional de Adoção

**CNCA** Cadastro Nacional de Crianças e Adolescentes Acolhidos

**CONANDA** Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente

**PAA** Programa de Apadrinhamento Afetivo

**IAL** Instituto Amigos de Lucas

**Cejas** Comissões Estaduais Judiciárias de Adoção

**Cejais** Comissões Estaduais Judiciárias de Adoção Internacional



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> . . . . .	<b>29</b>
<b>1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS</b> . . . . .	<b>31</b>
1.1 TEMA . . . . .	31
1.2 DELIMITAÇÃO DO TEMA. . . . .	31
1.3 JUSTIFICATIVA . . . . .	31
1.4 PROBLEMA DE PESQUISA . . . . .	32
1.5 HIPÓTESE . . . . .	32
1.6 OBJETIVOS. . . . .	32
1.6.1 Objetivo Geral . . . . .	32
1.6.2 Objetivos Específicos . . . . .	33
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> . . . . .	<b>35</b>
2.1 DESIGN SOCIAL . . . . .	35
2.1.1 Responsabilidade Profissional . . . . .	36
2.1.1.1 Responsabilidade Social do Designer Gráfico . . . . .	37
2.1.2 Metodologias Participativas . . . . .	38
2.1.3 Inovação Social . . . . .	39
2.1.3.1 Modelo dos Estágios de Inovação Social. . . . .	40
2.2 ADOÇÃO . . . . .	40
2.2.1 “Filhos de Criação” - Histórico da Adoção no Brasil . . . . .	41
2.2.2 “O Melhor Interesse da Criança” - Uma Nova Abordagem na Adoção. . . . .	42
2.2.3 Legislação . . . . .	43
2.2.3.1 Plano Nacional de Promoção, Proteção e Defesa do Direito de Crianças e Adolescentes à Convivência Familiar e Comunitária . . . . .	43
2.2.3.2 Definição de Família . . . . .	44
2.2.3.3 Convivência Familiar como um Fator Positivo no Desenvolvimento da Criança e do Adolescente . . . . .	45
2.2.3.4 Tempo de Permanência em Situação de Acolhimento Institucional . . . . .	47
2.2.4 Cenário Atual . . . . .	47
2.2.4.1 Perfil do Pretendente . . . . .	48

<b>2.2.5 Maternidade e Paternidade Adotivas</b>	54
2.2.5.1 <i>Adoção Tardia e Adotantes Tardios</i>	54
<b>2.3 LINGUAGEM CINEMATOGRAFICA</b>	56
<b>2.3.1 Origem do Cinema</b>	56
<b>2.3.2 A Linguagem do Cinema</b>	57
<b>2.3.3 Núcleos Básicos de um Filme</b>	58
2.3.3.1 <i>Núcleo - Roteiro</i>	59
2.3.3.2 <i>Núcleo - Produção</i>	59
2.3.3.3 <i>Núcleo - Direção</i>	59
<b>2.3.4 Enquadramento</b>	60
2.3.4.1 <i>Cena, Plano e Sequência</i>	60
2.3.4.2 <i>Câmera: tipos de ângulos</i>	61
2.3.4.3 <i>Corte, Montagem e Continuidade</i>	61
2.3.4.4 <i>Proporção de tela</i>	61
<b>2.3.5 Som</b>	62
2.3.5.1 <i>Música</i>	64
2.3.5.2 <i>Vozes e Efeitos Sonoros</i>	64
<b>2.3.6 Circulação do Filme</b>	64
<b>2.4 ABORDAGEM METODOLÓGICA</b>	64
<b>2.4.1 Design Thinking</b>	64
2.4.1.1 <i>Design Thinking segundo IDEO</i>	65
2.4.1.2 <i>Pensamento Abduativo</i>	66
2.4.1.3 <i>Design Thinking e Inovação</i>	69
2.4.1.4 <i>Características e Princípios do Design Thinking</i>	70
<b>2.4.2 Human-Centered Design</b>	71
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>	<b>73</b>
<b>3.1 IMERSÃO</b>	77
<b>3.3.1 Ferramenta - Imersão em Contexto</b>	78
<b>3.3.2 Ferramenta - Entrevistas com Especialistas</b>	78



3.3.3 Ferramenta - Cadernos de Sensibilização. . . . .	78
3.3.4 Ferramenta - Pesquisa <i>Desk</i> . . . . .	79
3.2 ANÁLISE E SÍNTESE . . . . .	79
3.2.1 Ferramenta - Mapa Conceitual . . . . .	79
3.2.2 Ferramenta - Cartões de <i>Insight</i> . . . . .	80
3.3 IDEIAÇÃO . . . . .	81
3.3.1 Ferramenta - <i>Brainstorming</i> . . . . .	81
3.4 PROTOTIPAÇÃO . . . . .	81
3.5 EVOLUÇÃO. . . . .	82
3.5.1 Ferramenta - Identificação dos Materiais e Orçamento . . . . .	82
3.5.2 Ferramenta - Identificação de Parceiros para o Projeto . . . . .	82
<b>4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO . . . . .</b>	<b>85</b>
4.1 IMERSÃO. . . . .	85
4.1.1 Pesquisa <i>Desk</i> . . . . .	85
4.1.1.1 Aplicativo <i>Missing Child</i> . . . . .	85
4.1.1.2 Campanha <i>Food Revolution</i> . . . . .	86
4.1.1.3 Aplicativo <i>WWF Together</i> . . . . .	87
4.1.1.4 Curta <i>Removed</i> . . . . .	88
4.1.1.5 Projeto <i>Archibald</i> . . . . .	89
4.1.1.6 Campanha <i>Adoção, Laços de Amor</i> . . . . .	90
4.1.2 Imersão em Contexto . . . . .	91
4.1.2.1 Encontros do Grupo de Apoio à Adoção . . . . .	91
4.1.2.2 Oficina do Programa de Apadrinhamento Afetivo . . . . .	93
4.1.3 Entrevistas com Especialistas . . . . .	94
4.1.4 Cadernos de Sensibilização - Kit do Participante . . . . .	95
4.1.4.1 Kit do Participante Piloto . . . . .	95
4.1.4.2 Kit do Participante . . . . .	96
4.2 ANÁLISE E SÍNTESE . . . . .	98
4.2.1 Mapa Conceitual . . . . .	98

<b>4.2.2 Cartões de <i>Insight</i>.</b>	101
4.3 IDEIAÇÃO	103
<b>4.3.1 <i>Brainstorming</i>.</b>	103
4.4 PROTOTIPAÇÃO	106
<b>4.4.1 Atributos</b>	106
4.4.1.1 <i>Atributos Conceituais</i>	107
4.4.1.2 <i>Atributos Estruturais</i>	107
4.4.1.3 <i>Argumento da Série Adoção Tardia</i>	107
<b>4.4.2 Projeto da Identidade Visual</b>	107
4.4.2.1 <i>Naming e Slogan</i>	108
4.4.2.2 <i>Alternativas da Identidade Visual</i>	108
4.4.2.3 <i>Logotipo</i>	109
4.4.2.4 <i>Tipografia</i>	111
4.4.2.5 <i>Paleta de Cores</i>	112
<b>4.4.3 Roteiro dos Vídeos</b>	114
4.4.3.1 <i>Episódio: As Expectativas dos Pais</i>	114
4.4.3.2 <i>Episódio: Período de Adaptação</i>	115
<b>4.4.4 Produção dos Vídeos</b>	115
<b>4.4.5 Direção dos Vídeos</b>	117
<b>4.4.6 Edição dos Vídeos.</b>	119
4.4.6.1 <i>Animação</i>	123
<b>4.4.7 Divulgação dos Vídeos</b>	125
<b>4.4.8 Website</b>	126
<b>4.4.9 Peças de Apoio: Poster e Botons</b>	128
<b>4.4.10 Questionário de Avaliação</b>	130
4.5 EVOLUÇÃO	131
<b>4.5.1 Identificação dos Materiais e Orçamento</b>	131
<b>4.5.2 Identificação de Parceiros para o Projeto</b>	132
<b>CONCLUSÃO DO TCC.</b>	<b>133</b>

<b>Referências</b> . . . . .	<b>137</b>
Apêndice A – Entrevistas com Especialistas . . . . .	142
Apêndice B – Cadernos de Sensibilização - Kit do Participante Piloto . . . . .	151
Apêndice C – Projeto Gráfico do Kit do Participante . . . . .	156
Apêndice D – Compilação dos Dados Textuais e Gráficos do Kit do Participante. . . . .	158
Apêndice E – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido . . . . .	172
Apêndice F – Esboços da Identidade Visual . . . . .	173
Apêndice G – Custo do Projeto . . . . .	174
Apêndice H – Autorização de Uso de Imagem, Som de Voz e Nome. . . . .	176
Apêndice I – <i>Checklist</i> para o Dia de Filmagem . . . . .	177
Apêndice J – Esboços <i>Storyboard</i> e <i>Website</i> . . . . .	178
Apêndice K – Compilação dos Dados do Questionário de Avaliação da Prévia do 1º Episódio. . . . .	179



## INTRODUÇÃO

A adoção no Brasil, embora tenha progredido desde a promulgação do Estatuto da Criança e do Adolescente (1990), ainda está longe de acolher todos os menores destituídos de suas famílias. Esse descompasso decorre por dois motivos principais: perfil muito restrito da criança desejada e processo jurídico demorado. O projeto de design visual desenvolvido neste Trabalho de Conclusão de Curso é uma proposta de incentivo à adoção de crianças, especialmente as maiores de dois anos de idade.

Os pretendentes à adoção preferem crianças entre 0 e 5 anos de idade, enquanto a maioria das crianças aptas é maior de 5 anos. Além disso, os constantes avanços na legislação garantem proteção às crianças, priorizam a reintegração com a família biológica e a não separação de irmãos, levando assim a processos de destituição que podem se prolongar por até quatro anos. A duração desse processo e a existência de irmãos diminuem as chances das crianças de serem encaminhadas para uma família substituta.

A primeira parte da fundamentação teórica deste TCC apresenta nexos teóricos-metodológicos que justificavam a escolha de um tema social para a conclusão do curso de Design Visual. Na segunda parte, o tema em questão é explorado através de uma breve revisão histórica da evolução da legislação brasileira sobre adoção, como meio para entender os avanços dos direitos da criança adotada ao longo do século XX e a atual situação. Utilizou-se também a análise do Cadastro Nacional de Adoção, realizada pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ) em 2012, para ilustrar o cenário atual, onde se observam dados atualizados do número de crianças aptas à adoção, pretendentes habilitados e perfis de criança desejadas.

Na revisão histórica e cenário atual da adoção no Brasil abordam-se os requisitos exigidos dos futuros pais adotivos, os direitos do filho adotivo em comparação ao filho biológico e as chances de adoção de crianças institucionalizadas. O direito de uma criança ser criada e educada por sua família e, na falta desta, por uma família substituta, previsto na Lei nº 8.069, não é assegurado para mais de cinco mil crianças no Brasil. Por esse motivo, a proposta projetual parte da ideia de ajudar a diminuir o preconceito em relação à adoção tardia, contribuindo para aumentar assim as chances dessas crianças se desenvolverem em um ambiente familiar.

Em relação ao processo projetual, entende-se que a sociedade exige uma postura profissional que leve em consideração a contribuição social de cada profissão. Dentro dessa mentalidade se optou por utilizar as diretrizes do *Design Thinking*, que fomenta a visão que todos nós somos capazes de resolver problemas, não importa quão grande e complexo eles sejam, nem quais são as restrições de tempo e orçamento (IDEO; RIVERDALE, 2012). É através de um processo de Design Centrado no Ser Humano e a mentalidade do *Design Thinking* que se propõe incentivar a adoção tardia entre os pretendentes à adoção. Nesse tipo de abordagem se inicia o processo de empatia e entendimento das necessidades e motivações das pessoas (IDEO; RIVERDALE, 2012).

Neste projeto, o público-alvo foi inserido no desenvolvimento de projeto através da abordagem metodológica de Design Centrado no Ser Humano e pelas técnicas e ferramentas do *Design Thinking*, ambas apresentadas pela IDEO - empresa de consultoria em design que incentiva a inovação e o crescimento de organizações nos setores público e privado. O projeto se desenvolveu em cinco etapas: imersão, fase na qual o designer se insere no ambiente do usuário; análise e síntese, fase na qual padrões são identificados; ideação, fase de geração de alternativas; prototipação, fase de validação através de modelos; evolução, fase de melhorias.

A etapa de imersão foi realizada majoritariamente nas reuniões do Grupo de Apoio à Adoção organizadas pelo Instituto Amigos de Lucas<sup>1</sup> e que ocorrem mensalmente nas dependências da Fundação O Pão dos Pobres<sup>2</sup>, em Porto Alegre. Além disso, também houve acompanhamento de uma oficina do Apadrinhamento Afetivo, entrevistas com especialistas e aplicação de um kit de sensibilização aos pretendentes à adoção.

O primeiro capítulo delimita o tema, apresenta a justificativa, e define objetivos. O segundo capítulo contém a fundamentação teórica, definição do termo design social, panorama geral da adoção no Brasil, legislação e perfil das crianças do Cadastro Nacional de Adoção. O terceiro capítulo contém abordagem metodológica do projeto e procedimentos utilizados. No quarto capítulo encontra-se o desenvolvimento do projeto. Finalmente, são apresentadas considerações sobre o Trabalho desenvolvido.

---

<sup>1</sup>Instituto Amigos de Lucas é uma organização não governamental de Porto Alegre que defende o direito de toda criança e adolescente de viver em família.

<sup>2</sup>Fundação O Pão dos Pobres é uma instituição de acolhimento de Porto Alegre o qual cede espaço para que o Grupo de Apoio à Adoção realize as reuniões mensais.

# 1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

## 1.1 TEMA

Sensibilizar os pretendentes sobre o perfil majoritário das crianças que estão na fila do Cadastro Nacional de Adoção como forma de promover a adoção tardia através de uma abordagem metodológica centrada no ser humano. O termo “adoção tardia” refere-se quando o adotado tem mais de dois anos de idade. Nessa idade a criança já apresenta certa independência em relação à fala, alimentação, deslocamento e higiene pessoal (PÁDUA, 2005 apud SASSON e SUZUKI, 2012). No entanto, atualmente a maior dificuldade é a adoção de crianças maiores de cinco anos, segundo os dados do Conselho Nacional de Justiça (2012). Nesse TCC a ênfase é a sensibilização dos pretendentes em relação a esta realidade, porque as crianças que esperam a adoção correspondem a uma faixa etária em torno dos cinco anos de idade. Utiliza-se o termo adoção tardia com o intuito de ajudar todas as crianças a partir de dois anos, com foco nas maiores de cinco anos.

## 1.2 DELIMITAÇÃO DO TEMA

Sensibilização dos pretendentes à adoção de crianças e adolescentes.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

Adoção é a união de interesses. O sonho de adultos em formar ou ampliar uma família une-se ao direito da criança e do adolescente, destituídos da família biológica de crescer em um ambiente familiar. Esse modo de constituir família foi comum desde o Brasil colônia. Porém, até 1988, o filho adotivo não tinha os mesmos direitos do filho legítimo, o que fomentou uma série de estereótipos, mitos e preconceitos que ainda estão presentes na sociedade.

Atualmente, segundo o Conselho Nacional de Justiça existem no Brasil 28.151 pretendentes à adoção no Cadastro Nacional de Adoção e 5.281 crianças e adolescentes aptos à adoção. Observa-se que o número de famílias prontas para receberem uma criança é muito maior em relação ao número de crianças e adolescentes aptos à adoção. O motivo para tal descompasso se deve às exigências dos pretendentes em relação a criança desejada, ou seja, o perfil das crianças aptas à adoção é destoante do perfil idealizado pelos candidatos à adoção, sendo a faixa etária um dos maiores limitantes das chances de adoção de uma criança. No Cadastro Nacional de Adoção 91,2% das crianças são maiores de cinco anos, porém, 92,7% dos pretendentes desejam adotar crianças com idade entre 0 e 5 anos.

Além disso, o Acolhimento Institucional é uma alternativa de caráter provisório e excepcional (por lei não deve exceder a dois anos de duração) de proteção da criança e do adolescente, aplicável depois que diferentes formas de auxílio tenham sido oferecidas a famílias em estado

de vulnerabilidade. Entretanto, muitas crianças e adolescentes enfrentam uma espera superior a dois anos, e quanto mais tempo aguardarem, menores serão as chances de serem inseridos em uma nova família. O Plano Nacional de Promoção, Proteção e Defesa do Direito de Crianças e Adolescentes à Convivência Familiar e Comunitária promulgado em 2006 estimou que um ano numa situação de acolhimento significa um prejuízo de quatro meses no processo de desenvolvimento de uma criança.

Sendo assim, a sensibilização dos pretendentes em relação a adoção tardia pode contribuir na redefinição do perfil da criança desejada e, assim, ajudar a garantir o direito a crescer e se desenvolver em um ambiente familiar, de crianças e adolescentes que aguardam essa oportunidade.

A atuação de um designer visual não se restringe a criar produtos para o mercado de consumo. Por conseguinte, a escolha de um problema social como propulsor de um trabalho de conclusão de curso em Design Visual contribui para o fortalecimento da importância e do potencial da profissão perante a sociedade.

Ademais, ter uma postura pró-ativa em relação ao que ocorre a nossa volta e utilizar o conhecimento para melhorar a qualidade de vida, contribui para salientar a responsabilidade social que deve fazer parte da formação de todo profissional. Uma vez que o contexto atual do Brasil ainda apresenta muitos problemas sociais para serem resolvidos, existe espaço para a colaboração de profissionais de diferentes áreas, inclusive o designer.

## 1.4 PROBLEMA DE PESQUISA

Como contribuir para sensibilizar os pretendentes à adoção de crianças e adolescentes sobre adoção tardia?

## 1.5 HIPÓTESE

É possível contribuir na promoção da adoção tardia sensibilizando os pretendentes através de um projeto de Design Visual.

## 1.6 OBJETIVOS

### 1.6.1 Objetivo Geral

Sensibilizar os pretendentes à adoção por meio de projeto de design visual que promove os benefícios afetivos decorrentes da adoção tardia.



### 1.6.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos do TCC 01 são:

- Estudar a fundamentação teórica e aspectos da realidade que sejam vinculadas a temática abordada;
- Explorar aspectos concernentes aos pretendentes à adoção visando ampliar seu universo de escolha;
- Usar a abordagem do Design Centrado no Ser Humano como abordagem metodológica;
- Detalhar a metodologia do projeto;
- Prospectar possibilidades para o conceito do projeto;

Os objetivos específicos do TCC 02 são:

- Desenvolver e selecionar as melhores alternativas;
- Qualificar-se tecnicamente para a produção, direção e edição de vídeo;
- Reajustar o produto vídeo documentário após a avaliação técnica do primeiro episódio;
- Detalhamento técnico do produto final;
- Validação do produto via avaliação dos envolvidos (pretendentes à adoção e especialistas);



## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresenta quatro tópicos que embasaram o desenvolvimento do presente TCC: design social, adoção, linguagem cinematográfica e abordagem metodológica. Inicia-se pelo design social, dado que o tema escolhido provoca um posicionamento profissional do designer voltado para o social. Em seguida, aborda-se o tema central, a adoção, seu histórico, legislação e desafios atuais. O tópico subsequente trata aspectos da linguagem do cinema. Por último, apresenta-se a abordagem metodológica selecionada.

### 2.1 DESIGN SOCIAL

Essa seção apresenta definições sobre design social e responsabilidade profissional, assim como, a atuação do designer gráfico em prol de causas sociais. Também são abordados conceitos de design participativo, predecessor do processo de Design Centrado no ser Humano e do *Design Thinking*. O objetivo desta seção é delinear uma visão do posicionamento do presente TCC no contexto mais amplo de desenvolvimento de projeto de produto.

Para iniciar, questiona-se qual o objetivo do design social. A finalidade do design é a criação de bens de consumo, posicionamento diverso ao design social, o qual visa promover o bem-estar do ser humano através da satisfação das necessidades humanas. No entanto, há uma complementariedade entre o design social e o design para o mercado, uma vez que produtos desenhados dentro do “modelo de mercado” também suprem as necessidades sociais. Sendo assim, o que os diferencia é prioridade da demanda e não o processo de design. O público que o design social atinge muitas vezes não é representado na classe de consumidores no sentido de mercado (baixo poder aquisitivo, pessoas com deficiência, necessidades especiais devido à idade ou saúde) (MARGOLIN; MARGOLIN, 2004). O interesse sobre a função social do design ficou mais evidente na década de 1990, época na qual questões como globalização, meio ambiente, novos meios de comunicação, economia, política e cultura se tornaram mais importantes (BRAGA, 2011).

Em relação a categoria profissional design, observa-se que essa se desenvolve em consonância com o cenário social. Em 1978, a Associação Profissional dos Desenhistas Industriais do Rio de Janeiro (Apdins-RJ) divulgava um dos pensamentos comuns dos formandos da Escola Superior de Desenho Industrial: “trabalhar no (e sobre o) mercado”. Significava que o designer deveria conscientizar o cliente sobre o impacto positivo ou negativo que um projeto poderia gerar na sociedade (BRAGA, 2011).

Nos últimos anos, as publicações que tratam do papel social do design também se ampliaram, porém, a maioria desses exemplares tratam mais do design de objetos do que do gráfico (BRAGA, 2011). Entre os autores que abordam temas de design social relacionados ao design gráfico, destaca-se Jorge Frascara com a publicação do livro *“Diseño Grafico para la Gente”* (2000) no

qual ressalta a urgência de profissionais de comunicação que se dediquem a temas relevantes socialmente e, que assim, promovam por meio de suas habilidades o bem-estar e a qualidade de vida.

Frascara (2000) ilustra como uma das possibilidades de atuação profissional no âmbito do design social, mais especificamente, trabalhando na inclusão das vítimas de produtos não inclusivos. O autor defende que a deficiência física deveria englobar além dos aspectos físicos e mentais, todos os condicionantes que impedem a inclusão do indivíduo no meio social e seu desenvolvimento pessoal. Nessa área, o design gráfico pode contribuir de diversas maneiras, por exemplo: melhorando a legibilidade de bulas de remédio para facilitar a leitura e redimensionando os símbolos gráficos de eletrodomésticos utilizados por idosos. Frascara ressalta, que são os produtos simples do cotidiano que afetam a qualidade de vida das pessoas que necessitam redesenho de sua programação visual.

### **2.1.1 Responsabilidade Profissional**

De acordo com Braga (2011), primeiro é necessário entender o que significa o papel social de uma profissão. A sociedade está organizada de forma que cada indivíduo possui direitos e deveres referentes a sua posição social. Essa posição social está relacionada a categorias sociais que são determinadas por diferentes recortes. Ou seja, espera-se que um indivíduo cumpra o papel de pai dentro da categoria social família. A categoria profissional é considerada uma categoria social e por isso espera-se que o indivíduo exercite os direitos e deveres correspondentes a sua ocupação profissional. Segundo Souza (2007, apud ANASTASSAKIS, 2010), qualquer profissão pode ter um viés social, depende do profissional encontrar uma maneira de contribuir socialmente com o seu trabalho.

Além disso, teoricamente todo profissional que é consciente de seu papel social e atua de maneira ética e eficaz contribui socialmente. Consequentemente, para que o exercício desse papel seja um ato de cidadania, deve-se identificar o lugar que a sua profissão e categoria profissional ocupa, além de entender como suas competências específicas podem contribuir para essa finalidade (BRAGA, 2011).

Ao refletir sobre responsabilidade profissional cabe mencionar a seguinte frase: “Existem profissões mais prejudiciais que desenho industrial, mas bem poucas”. Declaração de autoria de Vitor Papanek, publicada em 1972 no livro “*Design for the Real World*” (Design para o Mundo Real). Esta declaração foi o início do despertar dos designers para atuarem em prol de causas sociais; desde necessidades de países em desenvolvimento até as necessidades especiais de idosos, desfavorecidos economicamente e pessoas deficientes (MARGOLIN, 2004). Para Bonsiepe (2006, apud ANTUNES, 2012), deve-se deixar de utilizar o design como ferramenta para promover o consumismo e focar nos grupos sociais menos favorecidos economicamente, excluídos e discriminados. Para Braga (2011), o design é essencialmente social, já que seu

objetivo são as pessoas. Entretanto, o esforço/trabalho do designer pode ser direcionado para incluir aqueles que estão à margem do sistema econômico, visando incluí-los na sociedade.

#### *2.1.1.1 Responsabilidade Social do Designer Gráfico*

No artigo 3º do Código de Ética da Associação dos Designers Gráficos (ADG BRASIL, 2005) consta como objetivo do designer gráfico contribuir no desenvolvimento do país, por meio do aprimoramento da qualidade das comunicações visuais e do ambiente brasileiro.

Segundo Frascara (2000), ter um posicionamento ético na comunicação é considerar o receptor da mensagem de fato um ser humano e não um objeto. Por isso, Frascara propõe que os termos “emissor” e “receptor”, no contexto de comunicação, sejam substituídos por “produtores” e “intérpretes”, pois estes carregam consigo mais informação em relação ao contexto histórico-social e ao universo de valores do indivíduo (expectativas, desejos, valores, prioridades, entre outros).

Considera-se a comunicação como foco do design gráfico (MIYASHIRO, 2011, p.65, in BRAGA, 2011). Porém, o autor ressalta o sentido mais amplo da palavra comunicação, que não se limita a uma página bem diagramada, a escolha de uma tipografia adequada e a adequação aos requisitos de projeto. Frascara (2000) define o design de comunicação visual como área na qual as mensagens visuais são construídas para influenciar o conhecimento, as atitudes e o comportamento das pessoas. Já o design gráfico é definido por Frascara (2000) como essencialmente comunicação humana, sendo o trabalho desse profissional a criação de uma estrutura virtual, como uma partitura musical, para o observador compreender a informação a qual está diante. Desse modo, se reconhece a participação ativa do observador na construção da mensagem e se coloca as ações humanas no centro da comunicação visual ao invés das formas visuais.

Para Frascara (2000), as quatro responsabilidades principais do designer gráfico são:

- Responsabilidade profissional: criar mensagens que sejam reconhecíveis, atrativas e convincentes;
- Responsabilidade ética: criar mensagens que apoiem os valores humanos básicos; o designer deve, para isso, utilizar a linguagem da audiência, visto que as pessoas só assimilam o que se relaciona com algo que compreenderam anteriormente;
- Responsabilidade social: produzir mensagens que contribuam de uma forma positiva para a sociedade ou que, ao menos, não contribuam negativamente; ou seja, favoreça a melhoria das condições das pessoas.
- Responsabilidade cultural: criar peças visuais que contribuam para o desenvolvimento cultural, além dos objetivos operacionais do projeto.

O designer gráfico, portanto, pode assumir dois tipos de posicionamento frente às oportunidades

do mercado de consumo e às necessidades sociais. Ao trabalhar dentro das oportunidades do mercado de consumo, no qual o principal objetivo do produto gráfico é promover o consumo, o profissional em design não precisa ter um conhecimento muito aprofundado sobre o público-alvo. Uma vez que os produtos são muitos similares entre si dentro de uma categoria, o desafio é conduzir os consumidores a optar por uma marca ao invés de outra. As mensagens veiculadas por outras marcas já criam um contexto favorável para a compra, porém, o desafio é como diferenciar a imagem de um produto entre muitos semelhantes. O desafio é maior quando o objetivo principal da comunicação em questão é tentar mudar predisposições de um certo grupo de pessoas. Para isso é necessário um estudo minucioso do grupo específico que se pretende atingir (FRASCARA, 2000).

A segmentação demográfica, socioeconômica ou com base em outros critérios menos quantitativos, contribui para a eficiência do projeto comunicacional, dado que comunicações genéricas têm alto alcance, mas impactam pouco nas pessoas, principalmente, quando pretendem mudar comportamentos (FRASCARA, 2000). Por isso, o autor sugere que em situações onde se espera que o público mude o comportamento em relação à uma situação atual, deve-se oferecer um benefício para que tal ação ocorra. O autor menciona que uma das formas de fazê-lo é explorar o valor da troca da atitude atual por uma mais desejável.

Frascara (2000) ressalta que alguns temas são mais delicados de serem abordados pela comunicação, por exemplo, armas de fogo e aborto. Caso não se coloque a atenção necessária, a mensagem pode ser transmitida por meio de uma linguagem não adequada naquele contexto socio-cultural e provocar, assim, interpretações distorcidas ou até mesmo de sentido oposto do planejado.

Entretanto, a comunicação por si só não é capaz de resolver problemas sociais. Para que tal transformação ocorra é necessário que ações sejam tomadas também pela comunidade, a indústria e o governo. Tendo em vista a complexidade de alguns problemas sociais, a comunicação, deve ser elaborada de forma coerente com a cultura na qual o projeto vai ser inserido, assim como, dispor de recursos econômicos e apoio institucional para que possa cumprir o seu objetivo. Um cartaz isolado que divulga como as pessoas devem se comportar ou o que elas devem fazer não é suficiente para mudar o comportamento de um indivíduo (FRASCARA, 2000).

### **2.1.2 Metodologias Participativas**

Lima e Martins (2011, p. 115 in BRAGA, org, 2011), defendem que o design social por meio de metodologias participativas incentiva o desenvolvimento sociocultural e a sustentabilidade. Para Margolin e Margolin (2004), o método de pesquisa participativa insere o designer em ambientes sociais para identificar as necessidades que o design pode colaborar.

Os primeiros fundamentos do design participativo surgiram na Escandinávia na década de 1970,

para facilitar a inserção das partes interessadas (*stakeholders*) no desenvolvimento de produtos de tecnologia digital (SLEESWIJ, 2009; BOWEN, 2007 apud RÜCKERT, 2013). Atualmente, design participativo é uma prática emergente, por meio de atividades de co-design e o envolvimento de profissionais de diferentes disciplinas no processo de design (SANDERS; BRANDT e BINDER, 2010).

Em relação a abordagem, Margolin e Margolin (2004) e Frascara (2000) completam que os designers que pretendem atuar em prol de causas sociais devem aprender com os profissionais de assistência social, observando como os problemas atuais são resolvidos por eles e utilizar métodos de investigação da sociologia para compreender melhor a audiência. Ao mesmo tempo, deve-se ter uma visão menos prepotente do poder de um designer como afirma Souza: “Não é só o design que resolve. O design é um componente.” (SOUZA, 2007 apud ANASTASSAKIS, 2010).

### **2.1.3 Inovação Social**

Define-se inovação social como o desenvolvimento e a implementação de novas ideias (produtos, serviços e modelos) para satisfazer necessidades humanas e criar novas formas de relacionamento e colaboração social. As abordagens para guiar o alcance de tais objetivos são fundamentadas no design social (EUROPEAN COMMISSION, 2013). Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010) definem inovação social como produtos, serviços e modelos de negócio que satisfazem simultaneamente as necessidades sociais e criam novas maneiras de relação social e colaborativa.

O design social também é conhecido por empoderar a comunidade local a fazer parte do desenvolvimento de soluções para problemas econômicos e sociais. Inclusive, contribui para oferecer novas formas de abordagens de problemas a administradores públicos, através da utilização de criação colaborativa, experimentação e prototipação das soluções propostas. Práticas voltadas à inovação social tendem a envolver mais pessoas, utilizar mais técnicas participativas, promover a interdisciplinaridade, envolver membros usuários e membros da comunidade a pensar e estimular o pensamento “fora da caixa”, ou seja, propondo soluções não convencionais para os problemas em questão (EUROPEAN COMMISSION, 2013).

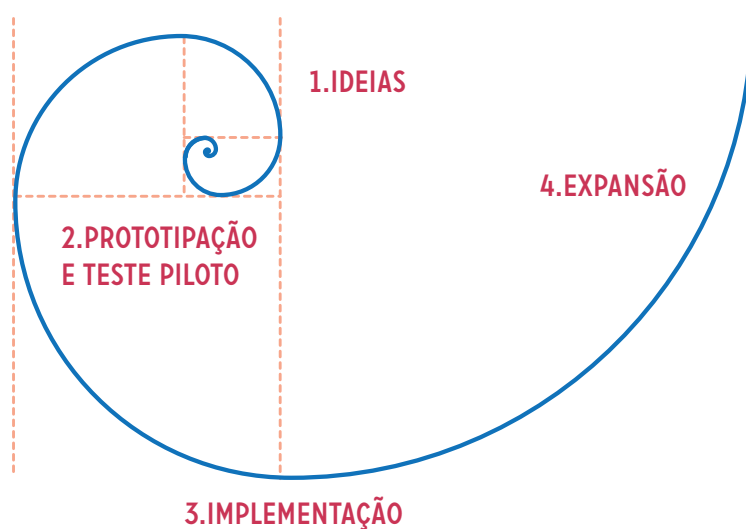
O número de projetos desenvolvidos por meio de técnicas de co-produção e co-criação nas quais os usuários são envolvidos no design e implementação, tem aumentado nos últimos anos. Em geral, abordagens para inovação social são voltadas ao compartilhamento de conhecimento; a multidisciplinariedade e integração de diferentes áreas profissionais; ao processo participativo e empoderamento dos usuários; ao suprimento de uma demanda; à adaptação a circunstâncias locais e aos indivíduos (EUROPEAN COMMISSION, 2013).

É importante ressaltar que a inovação social não tem fronteiras definidas em termos de setor de atuação, assim, ocorre no setor público, privado ou no terceiro setor. Inclusive, a maior parte das iniciativas surgem nas divisas desses setores. As áreas que podem ser abrangidas são muito

diversificadas, por exemplo: comércio justo, ensino a distância, agricultura urbana, redução de resíduos e justiça restaurativa (MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010)

### 2.1.3.1 Modelo dos Estágios de Inovação Social

O processo de desenvolvimento de propostas voltadas a inovação social geralmente é elaborado por etapas como é ilustrado pela figura 1. As ideias criadas na primeira etapa são selecionadas, prototipadas e preparadas para um teste piloto; em caso de sucesso do piloto, passa-se a um estágio de correção dos detalhes para a futura fase de implementação do projeto. A última etapa do processo consiste em adaptar a ideia já implementada para uma escala maior de abrangência, pois assim, seu benefício é ampliado a outros locais. Um dos desafios desse processo é identificar quais são as áreas mais promissoras para o teste com o piloto e identificar quais são as propostas com maior potencial para mudar a situação atual do problema, ou seja, quais geram o maior benefício em um dado contexto. A participação de autoridades da administração pública é importante para que autorizem o teste desses projetos nas diferentes fases de desenvolvimento (EUROPEAN COMISSION, 2013).



**Figura 1:** Modelo em espiral dos estágios de Inovação Social. Fonte: Young Foundation, Social Innovation Exchange apud European Comission, 2013. Adaptado pela autora.

## 2.2 ADOÇÃO

Nessa sessão é apresentada uma breve revisão histórica sobre a evolução da legislação e o cenário atual da adoção que objetiva expor o contexto social, político e cultural no qual o projeto se desenvolve.

A palavra “adoção” tem origem no latim e significa aceitar, escolher. Quando se refere à adoção



de um filho o termo recebe um significado ainda mais único: acolhimento legal e voluntário como filho legítimo, de alguém destituído de sua família de origem (SOUZA, 2008 apud SASSON; SUZUKI, 2012).

### **2.2.1 “Filhos de Criação” - Histórico da Adoção no Brasil**

A prática da adoção já ocorria na época do Brasil colonial, período no qual existiam diferentes formas de afiliação e era comum filhos legítimos, ilegítimos e apadrinhados conviverem no mesmo ambiente (COSTA; ROSSETTI-FERREIRA, 2007). A expressão “filhos de criação” descrevia as crianças órfãs ou oriundas de famílias sem condições para mantê-las, abrigadas por “benfeitores” sem qualquer documento legal de guarda ou adoção (LEVY, PINHO e FARIA, 2009). Fonseca (2002 apud SILVA, 2009) afirma que o trâmite para a posse da criança nesse período era realizado da mesma forma que bens e imóveis eram registrados, através de escritura pública averbada ao Registro Civil.

A inserção da adoção no Código Civil Brasileiro ocorre em 1916 (BRASIL - Lei nº 3.071/16), como medida para solucionar o problema de casais que não podiam gerar filhos. Adotantes deveriam ser casais sem prole, maiores de 50 anos e dezoito anos mais velhos que o adotado (SILVA, 2009). Verifica-se ainda que a adoção era um processo revogável, pois não era vista como uma forma “normal” de formar uma família. Já em 1957, com a lei nº 3.133/57, houve um avanço considerável, mas ainda assim não deixava o filho adotivo em igualdade de condições assim como o filho biológico. A idade mínima para adotar ficou estipulada em 30 anos, e a diferença de idade entre adotante e adotado reduziu para 16 anos; o filho adotivo teria o direito de usar o nome da família substituta (SILVA, 2009). Porém, o filho por adoção não teria direitos sucessórios, caso os pais tivessem filhos legítimos (COSTA; ROSSETTI-FERREIRA, 2007).

Em 1965, foi criada a legitimação adotiva sob, a Lei nº 4.665/65, a partir do modelo da legislação francesa e é considerada um marco na legislação brasileira, pois o adotado recebeu todos os direitos do filho biológico, exceto os direitos sucessórios, caso houvesse filhos legítimos (SILVA, 2009). Reafirma ainda que o período de 3 anos de guarda, como condição *sine qua non* para deferir a legitimação, a decisão judicial era irrevogável e rompia com a família biológica. Além disso, um casal só era apto a adotar depois de cinco anos de matrimônio sem filhos ou apresentação de laudo médico de esterilidade (COSTA; ROSSETTI-FERREIRA, 2007).

A partir de 1965, a adoção passou a ser uma prática incentivada pelo Estado, pois era considerada uma forma de atender às crianças socialmente excluídas. A família candidata deveria preencher os requisitos do modelo de família reputado como ideal, por exemplo, ser patriarcal, ser formada por um casal heterossexual e monogâmico (SILVA, 2009).

Em 1979, o Código de Menores (BRASIL - Lei nº 6.697/79) regulamentou duas formas de adoção: a Adoção Simples e a Adoção Plena. A primeira era formalizada através de autorização judicial e

somente crianças em situação irregular<sup>3</sup> poderiam ser adotadas. Já a Adoção Plena previa corte dos vínculos biológicos e a emissão de um novo registro de nascimento. Esse tipo de adoção era permitido somente em casos de crianças menores de sete anos, em situação irregular, ou para maiores dessa idade que estivessem perante a guarda dos adotantes (SILVA, 2009).

Observa-se aqui que a legitimação adotiva e o Código de Menores ainda diferenciavam o filho adotivo do biológico. Somente com a promulgação do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) em 1990, é que se estabeleceram novas práticas que preconizam o “melhor interesse da criança” (COSTA; ROSSETTI-FERREIRA, 2007). Além disso, o Estatuto não considera nenhuma diferença entre o filho biológico e o adotivo em relação aos direitos sucessórios.

Esses constantes avanços durante o século XX contribuíram para um conjunto de medidas políticas atuais que preconizam o “melhor interesse da criança”. Pode-se afirmar que a adoção, como maneira de formar uma família, recebeu respaldo jurídico recentemente. E, portanto, deve-se considerar que significados conotativos, como por exemplo preconceito e imagem negativa da criança adotada, estão arraigados a essas práticas do passado, ainda muito presentes na cultura contemporânea.

### **2.2.2 “O Melhor Interesse da Criança” - Uma Nova Abordagem na Adoção**

Por muito tempo, o filho adotivo não era considerado legítimo e merecedor de igualdade de direitos de um filho biológico. Brodzinsky, Lang e Smith (1995, apud COSTA; ROSSETTI-FERREIRA, 2007) preconizam que no passado a adoção era uma forma de suprir as necessidades dos adultos e da sociedade. No entanto hoje o objetivo principal é focado no “melhor interesse da criança”.

O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) estabelece as seguintes possibilidades de adoção: adoção unilateral ou monoparental (adoção do filho do companheiro por um dos cônjuges ou concubino); adoção singular (pretendentes solteiros, viúvos, separados ou divorciados); adoção conjunta requerida por casais ou concubinos. Esclarecendo assim que a adoção pode ser realizada por qualquer pessoa maior de 21 anos, independente do seu estado civil, desde que mantenha-se 16 anos de diferença entre adotado e pretendente, e que esse não seja parente ascendente (avô ou avó) ou irmão (COSTA; ROSSETTI-FERREIRA, 2007).

Cabe ressaltar que o ECA é inclusivo ao propiciar a constituição de diferentes modelos de família, acompanhando as novas tendências de núcleos familiares em correspondência à realidade contemporânea. Ademais, os candidatos à adoção são avaliados e selecionados por assistentes sociais e psicólogos do Poder Judiciário. Novos procedimentos para seleção dos pretendentes, acompanhamento e orientação da criança e da família durante o processo de adoção são .....

<sup>3</sup>Segundo Miranda Júnior (2004 apud SILVA, 2009), o novo Código categorizava as crianças e adolescentes em dois grupos: o primeiro formado por menores em situação irregular (abandonados e delinquentes); e o segundo por todos os menores de 18 anos.

medidas propostas pelo ECA (COSTA; ROSSETTI-FERREIRA, 2007).

“Essa nova cultura concebe a adoção como um encontro de necessidades, desejos e satisfações mútuas entre adotandos e adotantes” (Campos, 2001 apud BRASIL, 2006, p. 44). O interesse do adulto é colocado em segundo plano para que a prioridade seja garantir os direitos das crianças e adolescentes aptos à adoção, especialmente aqueles preteridos pelos adotantes, grupos de irmãos, crianças maiores e adolescentes, com deficiência, com necessidades específicas de saúde, afrodescendentes, pertencentes a minorias étnicas e outros (BRASIL, 2006).

Infelizmente, a realidade ainda não reflete esse novo posicionamento. Os órgãos competentes ainda priorizam o perfil (muito delimitado) da criança pretendida pelos requerentes à adoção e o consideram em detrimento dos interesses das crianças e adolescentes (SILVA, 2009). Porém, a legislação, como pode ser conferida na próxima seção, é mais abrangente em relação ao perfil e visa priorizar o “melhor interesse da criança”.

### **2.2.3 Legislação**

A normativa nacional sobre adoção é composta por três leis: Lei Nacional de Adoção (BRASIL, Lei nº 12.010/2009); Código Civil (BRASIL, Lei nº 10.406/2002), e Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA (BRASIL, Lei nº 8.069/1990). Em conjunto, estas leis garantem que seja atendida a necessidade básica e o direito a ter uma família, tanto na infância quanto na juventude.

A Constituição da República Federativa do Brasil, em 1988, igualou os direitos dos filhos biológicos e adotivos, tal como descrito no art. 227, § 6º da Constituição: “Os filhos, havidos ou não da relação do casamento, ou por adoção, terão os mesmos direitos e qualificações, proibidas quaisquer designações discriminatórias relativas à filiação” (SILVA, 2009, p. 21). O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), define adoção como medida excepcional e irrevogável e “atribui a condição de filho ao adotado, com os mesmos direitos e deveres, inclusive os sucessórios, desligando-o de qualquer vínculo com pais e parentes, salvo impedimentos matrimoniais” (BRASIL, 1990, Art. 41).

A igualdade de direitos prevista por lei é o primeiro passo para incentivar o melhor interesse da criança na sociedade.

#### *2.2.3.1 Plano Nacional de Promoção, Proteção e Defesa do Direito de Crianças e Adolescentes à Convivência Familiar e Comunitária*

O objetivo do Plano Nacional é a defesa do direito de crianças e adolescentes à convivência familiar e comunitária através da apresentação de uma série de ações que abrangem todos os níveis de proteção social. Assim, pretende-se mudar as condições de vida de crianças e adolescentes, as relações familiares e conscientizar a sociedade em relação ao reconhecimento

dos menores como pessoas em desenvolvimento e sujeitos de direitos (BRASIL, 2006).

A posição do Plano em relação à adoção apresenta as seguintes prioridades: adoção só é uma medida aplicável após esgotadas as possibilidades de manutenção na família de origem; nesses casos, adoção é priorizada em relação a outras medidas de Longo Prazo, garantindo a convivência familiar e comunitária na família substituta; adoção deve ser encontro entre as prioridades e desejos dos adotados e adotantes; a criança e o adolescente permanecem sob a guarda do Estado somente até a integração a uma família definitiva através de adoção realizada mediante os procedimentos previstos no ECA (BRASIL, 2006).

O Plano também esclarece a raiz das dificuldades encontradas por parte das famílias em prover cuidado e proteção a seus filhos. Para isso, o termo iniquidade social é definido como a situação de distribuição extremamente desigual da renda e do patrimônio (material e não-material), o que resulta em uma minoria detentora da maior parte dos recursos, enquanto parte da população vive sem alcançar o mínimo de dignidade (GARCIA, 2003 apud BRASIL, 2006). As crianças e adolescentes em situação de risco ou abrigados são provenientes de classes sociais prejudicadas pela má distribuição de renda (BRASIL, 2006). Desse modo, parte-se da premissa de que “O que é historicamente construído, pode ser historicamente desconstruído”. Deve-se investir em políticas de promoção da equidade social, e promover a compreensão de que a desigualdade social não afeta somente aos mais pobres, mas prejudica a sociedade como um todo. A desigualdade social é considerada um tipo de violência que fomenta todas as demais violências (BRASIL, 2006).

#### *2.2.3.2 Definição de Família*

A Constituição Brasileira de 1988, Art. 226, parágrafo 4, define: “entende-se como entidade familiar a comunidade formada por qualquer um dos pais e seus descendentes” (BRASIL, 2006, p.26). Do mesmo modo, o Estatuto da Criança e do Adolescente, em seu Art. 25, define família natural “a comunidade formada pelos pais ou qualquer deles e seus descendentes” (BRASIL, 2006, p. 26).

Essas definições enfatizam o vínculo de parentalidade/filiação legal, assegurando a igualdade de direitos dos filhos naturais ou adotivos. Ou seja, a estrutura familiar na qual está inserida esta relação de parentalidade e filiação não é relevante perante a legislação (BRASIL, 2006). Além disso, o Plano ressalta a importância de desmistificar a idealização de um modelo de família e valorizar sua função, independente da estrutura familiar, de proteção e socialização de suas crianças e adolescentes. Tendo em vista que essa função pode ser exercida nas mais diversas formas de organização familiar, do tipo “nuclear”, “monoparental”, “reconstituída”, entre outras, descarta-se qualquer modelo preconcebido de família “normal” (BRASIL, 2006).

Winnicott (2005 apud BRASIL, 2006) afirma que a base para um desenvolvimento saudável,

ao longo de todo o ciclo vital, advém de um ambiente familiar afetivo e capaz de prover as necessidades básicas. O autor completa que os indivíduos retornarão às lembranças vividas com a família, na infância, na adolescência, e nas demais etapas da vida até a velhice.

### *2.2.3.3 Convivência Familiar como um Fator Positivo no Desenvolvimento da Criança e do Adolescente*

O período de gestação prepara a família para assumir os novos papéis e adequar o ambiente para a chegada de um novo membro. Tendo em vista a vulnerabilidade nos primeiros anos de vida, o desenvolvimento de uma criança está dependente do ambiente e dos indivíduos que dela cuidam. Por isso, a relação com os pais ou substitutos é essencial para sua saúde física e psicológica. Um desenvolvimento satisfatório nos primeiros anos de vida prepara os indivíduos para enfrentarem condições adversas no futuro, visto que a segurança e o afeto, vivenciados através dos cuidados paternos, contribuem para o desenvolvimento da autonomia e auto-estima. A capacidade da família de contribuir no desenvolvimento da criança está diretamente associada ao acesso que essa tem a serviços de saúde, educação e demais direitos sociais. Na medida em que recebe orientação e acesso a serviços de qualidade nessas áreas terá melhores condições de oferecer suporte aos seus filhos. As referências sociais e culturais se ampliam conforme a criança vai crescendo e frequentando outros ambientes, além do familiar, por exemplo, escola de educação infantil ou de ensino fundamental. Dessa forma, a criança está exposta a novos estímulos provenientes de educadores e companheiros de turma, como também de livros e brinquedos. As suas habilidades cognitivas aumentam e as habilidades intelectuais e acadêmicas se desenvolvem rumo à adolescência (BRASIL, 2006).

Esse processo de desenvolvimento pode ser alterado em casos de trabalho infantil, trajetória de rua, responsabilidades familiares e de atividades de auto-sustento, nos quais a pressão para o amadurecimento e a tomada de decisões precoce pode ter um impacto negativo no seu desenvolvimento moral, cognitivo e afetivo. O Plano é enfático em responsabilizar a família, o Estado e a sociedade pela ausência de suporte aos adolescentes e aponta como fundamental quesito da convivência familiar e comunitária. A Constituição Federal e o ECA reconhecem como fundamental a convivência familiar e comunitária para o desenvolvimento da criança e do adolescente, não podendo ser dissociados de sua família, de contextos sócio-cultural e de vida. O desenvolvimento é prejudicado em caso de separação da família biológica e do ambiente de origem, principalmente, nos primeiros cinco anos de vida; e esse é retomado quando um substituto assume provendo as necessidades biológicas e emocionais. Nesse caso, o ECA define o abrigo como uma medida provisória até a integração à família (de origem ou substituta), que administra os cuidados alternativos de acordo com as necessidades (BRASIL, 2006).

O Plano Nacional define como essencial a preservação dos vínculos familiares e comunitários para o desenvolvimento da criança e do adolescente, garantindo assim os seus direitos. Em contrapartida, define-se as ações de atendimento no caso de violação desse direito como

situações em que a criança ou adolescente corre risco na família e/ou na sociedade. O Art. 129 e 130 do ECA prevê uma série de medidas que não são restritas unicamente à perda do pátrio poder (BRASIL, 2006):

#### Título IV

##### Das Medidas Pertinentes aos Pais ou Responsável

Art. 129. São medidas aplicáveis aos pais ou responsável:

I - encaminhamento a programa oficial ou comunitário de proteção à família;  
II - inclusão em programa oficial ou comunitário de auxílio, orientação e tratamento a alcoólatras e toxicômanos;

III - encaminhamento a tratamento psicológico ou psiquiátrico; IV - encaminhamento a cursos ou programas de orientação;

V - obrigação de matricular o filho ou pupilo e acompanhar sua frequência e aproveitamento escolar;

VI - obrigação de encaminhar a criança ou adolescente a tratamento especializado;

VII - advertência;

VIII - perda da guarda;

IX - destituição da tutela;

X - suspensão ou destituição do poder familiar. (Expressão substituída pela Lei no 12.010, de 2009) Vigência

Parágrafo único. Na aplicação das medidas previstas nos incisos IX e X deste artigo, observar-se-á o disposto nos arts. 23 e 24.

Art. 130. Verificada a hipótese de maus-tratos, opressão ou abuso sexual impostos pelos pais ou responsável, a autoridade judiciária poderá determinar, como medida cautelar, o afastamento do agressor da moradia comum.

Art. 23. A falta ou a carência de recursos materiais não constitui motivo suficiente para a perda ou a suspensão do poder familiar. (Expressão substituída pela Lei no 12.010, de 2009) Vigência

Parágrafo único. Não existindo outro motivo que por si só autorize a decretação da medida, a criança ou o adolescente será mantido em sua família de origem, a qual deverá obrigatoriamente ser incluída em programas oficiais de auxílio.

As medidas de proteção são colocadas em prática quando os direitos de crianças e adolescentes são comprometidos. Ressalta-se a previsão por lei que a falta de recursos materiais não é justificativa para a retirada da criança do ambiente familiar de origem, e, por isso, a família deve receber auxílio para que possa ter condições de manter sua prole.

#### Das Medidas de Proteção

##### Capítulo I

##### Disposições Gerais

Art. 98. As medidas de proteção à criança e ao adolescente são aplicáveis sempre que os direitos reconhecidos nesta Lei forem ameaçados ou violados:

I - por ação ou omissão da sociedade ou do Estado;

II - por falta, omissão ou abuso dos pais ou responsável;

III - em razão de sua conduta.

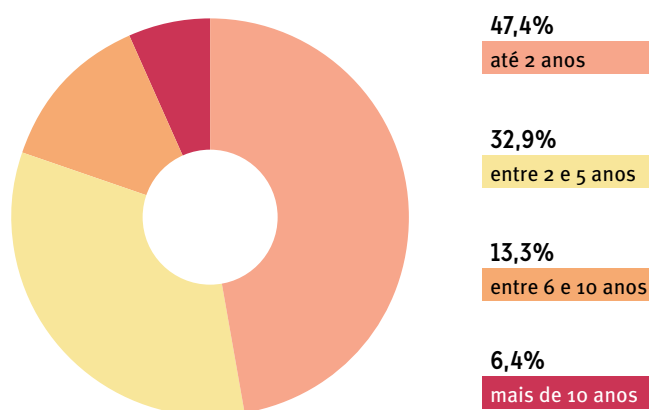
Art. 101. Verificada qualquer das hipóteses previstas no art. 98, a autoridade competente poderá determinar, dentre outras, as seguintes medidas:

§ 1º O acolhimento institucional e o acolhimento familiar são medidas provisórias e excepcionais, utilizáveis como forma de transição para reintegração familiar ou, não sendo esta possível, para colocação em família substituta, não implicando privação de liberdade. (BRASIL, 1990, art. 129 e art. 130).

Embora o ECA aponte o abrigo como uma medida provisória, essa não é cumprida, conforme indicou o Levantamento Nacional sobre tempo de permanência de crianças e adolescentes em instituições de acolhimento (BRASIL, 2006).

### 2.2.3.4 Tempo de Permanência em Situação de Acolhimento Institucional

A figura abaixo ilustra que mais da metade das crianças em situação de acolhimento institucional estão nessa condição há mais de dois anos.



**Figura 2:** Tempo de permanência em situação de acolhimento institucional. Fonte: Plano Nacional de Promoção, Proteção e Defesa do Direito de Crianças e Adolescentes à Convivência Familiar e Comunitária, 2006. Adaptado pela autora.

Sendo importante ressaltar que quanto maior for o período de permanência em abrigos, maior será a dificuldade de retorno à família de origem ou adaptação na família substituta. Por isso, deve-se respeitar a prioridade de manutenção da criança e adolescente no ambiente familiar de origem e, em caso de afastamento inevitável, a convivência familiar e comunitária deve ser mantidas através de programas previstos pelas instituições de acolhimento. Além disso, conforme afirmado anteriormente, o período de um ano na situação de abrigamento prejudica quatro meses de desenvolvimento da criança (BRASIL, 2006).

Com o intuito de diminuir o prejuízo causado pelo acolhimento, a nova lei de adoção adicionou, as crianças e adolescentes institucionalizados devem ter sua situação jurídica revisada a cada seis meses (Lei 12010/2009, Art. 19, § 1º) e duração máxima do abrigamento em dois anos (Lei 12010/2009, Art. 19, § 2º) (SASSON; SUZUKI, 2012).

### 2.2.4 Cenário Atual

O Cadastro Nacional de Adoção (CNA) foi criado em 2007 pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ) como política de atendimento à infância e juventude. Após um período de teste em alguns estados, o cadastro foi implementado em fevereiro de 2008.

O CNA é em um banco de dados unificado nacionalmente que contém as informações necessárias à realização de adoções no Brasil. O cadastro tem por objetivo facilitar e dar maior agilidade aos processos de adoção por meio do mapeamento de informações unificadas, visto que uniformiza todos os bancos de dados existentes; racionaliza os procedimentos de habilitação;

amplia as possibilidades de consulta aos pretendentes brasileiros cadastrados; possibilita o controle adequado pelas respectivas corregedorias-gerais de Justiça; e orienta o planejamento e a formulação de políticas públicas voltadas para a população de crianças e adolescentes que aguardam pela possibilidade de convivência familiar (BRASIL, 2013, p. 7).

O principal benefício do Cadastro é o acesso à lista de pretendentes à adoção e das crianças e adolescentes aptos à adoção. O acesso é restrito à Juízes das varas da Infância e Juventude; aos promotores de Justiça com atribuição para a infância e juventude; às Corregedorias-Gerais de Justiça; às Comissões Estaduais Judiciárias de Adoção (Cejas), às Comissões Estaduais Judiciárias de Adoção Internacional (Cejais); e outros órgãos autorizados pelo CNJ (BRASIL, 2013).

Para ser incluso no Cadastro, o pretendente deve primeiro habilitar-se na Vara da Infância e Juventude de sua comarca. Ao realizar a avaliação psicossocial, o pretendente informa, obrigatoriamente, uma série de dados que possibilita, posteriormente, traçar o perfil do cidadão que deseja adotar uma criança (BRASIL, 2013).

[...] a) dados pessoais (nome completo, nacionalidade, sexo, estado civil etc.); b) profissão; c) escolaridade; d) faixa salarial; e) se possui filhos e a quantidade e, em caso afirmativo, a informação se estes são biológicos ou adotivos; f) raça/cor; g) se participa de grupo de apoio à adoção. O pretendente à adoção também informa o perfil da criança ou do adolescente que deseja adotar. (BRASIL, 2013, p. 8).

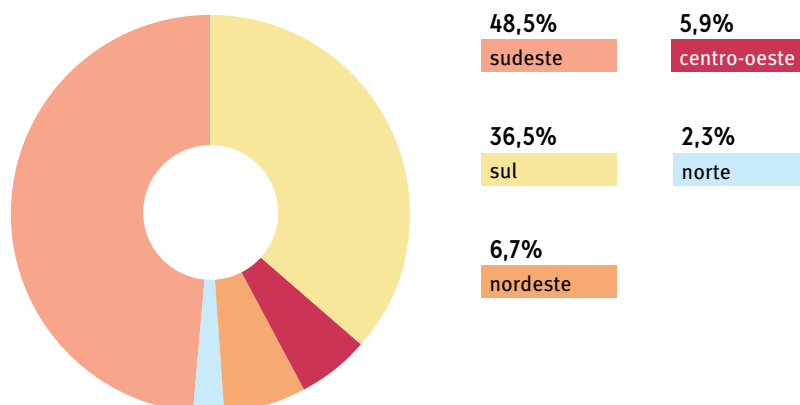
Em 2009 foi criado o Cadastro Nacional de Crianças e Adolescente Acolhidos (CNCA) que contém os dados de crianças e adolescentes, destituídos ou não do poder familiar, acolhidos em instituições de acolhimento e/ou estabelecimentos mantidos por ONGs, igrejas e instituições religiosas (BRASIL, 2013). Devido ao segundo cadastro (CNCA), foi possível contrapor os dados dos pretendentes e das crianças aptas à adoção.

#### *2.2.4.1 Perfil do Pretendente*

Em agosto de 2012 existiam 28.151 pretendentes devidamente cadastrados no Cadastro Nacional de Adoção (BRASIL, 2013). O Conselho de Justiça realizou uma pesquisa profunda dos dados do CNA em 2012. A seguir são apresentados os dados mais relevantes para o presente TCC em relação ao perfil do pretendente e em relação a criança desejada.



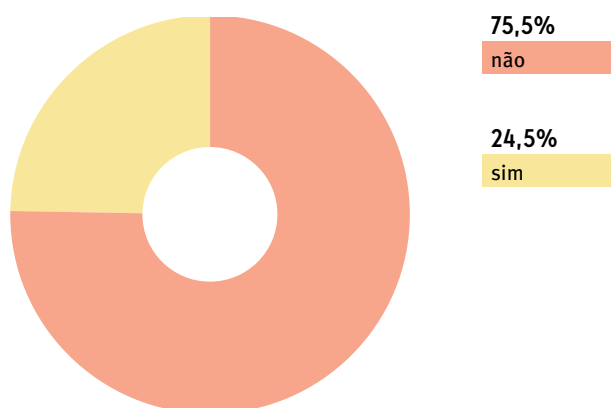
### a) Percentual de pretendentes por região



**Figura 3:** Percentual de pretendentes por região. Fonte: Conselho Nacional de Justiça. 2013. Adaptado pela autora.

Esses indicadores mostram que as regiões Sudeste e Sul possuem 85% dos pretendentes à adoção, sendo que, de acordo com o Censo 2010, tais regiões representam 56,5% da população brasileira. Vale ressaltar a disparidade encontrada nos indicadores relacionados à região Sul, que possui a terceira população regional, com 14,4% do contingente populacional do País, (Censo 2010) e, ao mesmo tempo, responde por mais de um terço dos indivíduos pretendentes à adoção (BRASIL, 2013).

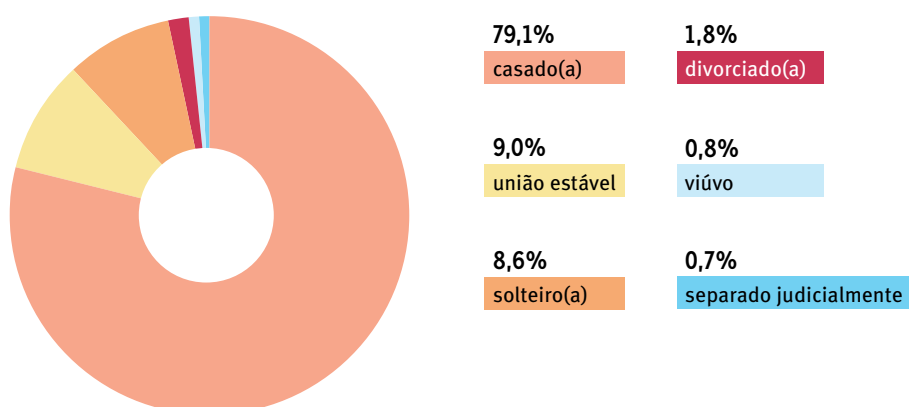
### b) Existência de filho biológico



**Figura 4:** Pretendente à adoção em relação à existência de filho biológico. Fonte: Conselho Nacional de Justiça, 2013. Adaptado pela autora.

A figura 4 ajuda a esclarecer o perfil dos pretendentes no caso de possuírem ou não filhos biológicos. Como pode ser observado mais de 75% dos candidatos à adoção não possuem filhos biológicos (BRASIL, 2013).

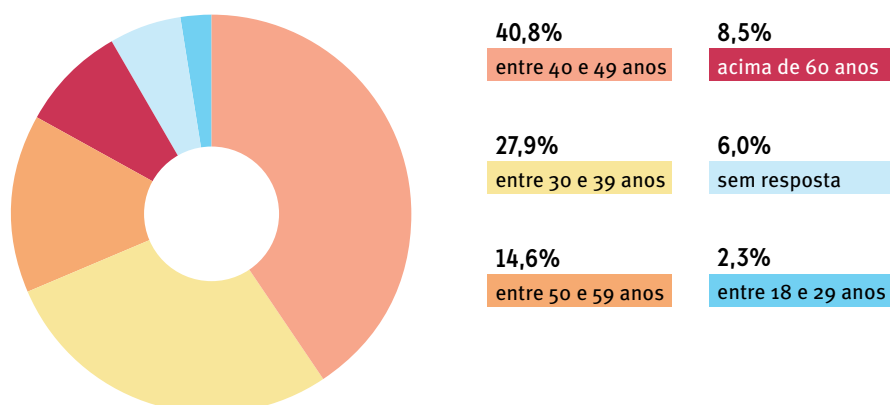
### c) Estado civil



**Figura 5:** Estado civil do pretendente à adoção. Fonte: Conselho Nacional de Justiça, 2013. Adaptado pela autora.

Em relação ao estado civil, se observa na figura 5, que cerca de 90% dos pretendentes são casados ou vivem em união estável; 11,9% das pessoas cadastradas estão interessadas em adotar individualmente, sendo que, a maioria desse percentual, (8,6%) é formada por pessoas que se declaram solteiras (BRASIL, 2013).

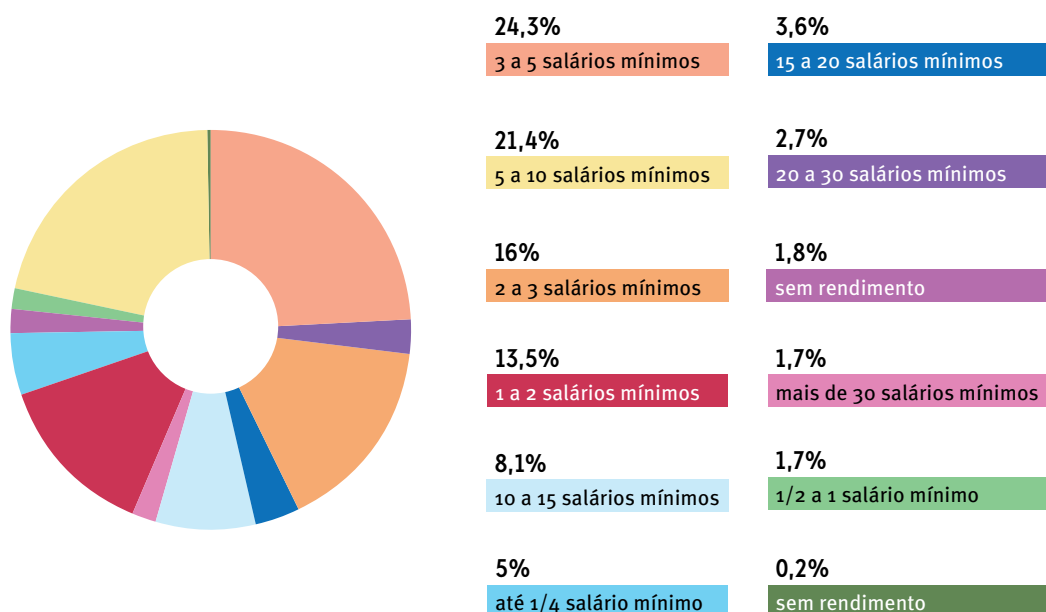
### d) Faixa etária



**Figura 6:** Faixa etária do pretendente à adoção. Fonte: Conselho Nacional de Justiça, 2013. Adaptado pela autora.

Observa-se que a maioria dos pretendentes pertence a faixa etária entre 40 e 49 anos, 41% do total. Pretendentes entre 30 e 39 anos representam 27,9% do total e, em seguida, pretendentes acima de 50 anos que correspondem a 25% do total (BRASIL, 2013).

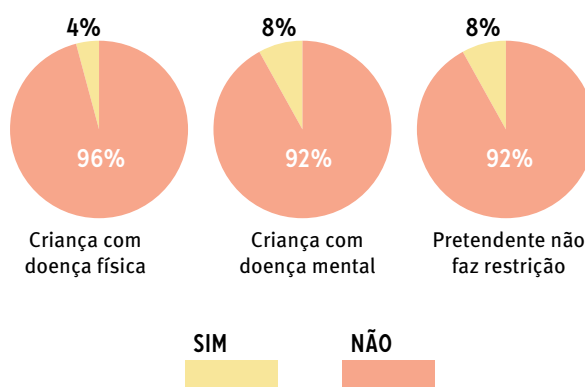
### e) Faixa de renda



**Figura 7:** Faixa de renda dos pretendentes. Fonte: Conselho Nacional de Justiça, 2013. Adaptado pela autora.

Quanto a questão de renda familiar, 24,3% estão na faixa de renda entre 3 a 5 salários mínimos e 21,4% de 5 a 10. Logo, uma parcela representativa dos pretendentes está situada na faixa de renda entre 3 a 10 salários mínimos (BRASIL, 2013).

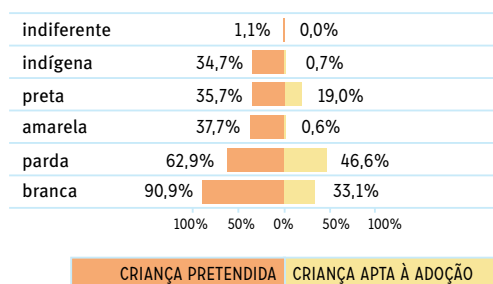
### f) Percentual de crianças e adolescentes com algum tipo de doença e pretendentes que aceitam crianças com algum tipo de doença



**Figura 8:** Pretendentes que aceitam crianças e/ou adolescentes com algum tipo de doença e o percentual de crianças e adolescentes com doença física ou mental. Fonte: Conselho Nacional de Justiça, 2013. Adaptado pela autora.

Em relação a aceitação de crianças com doenças físicas e mentais, apenas 8% não fizeram restrições quanto ao tipo de deficiência da criança. No CNA, 4% dos crianças e adolescentes cadastrados são deficientes físicos e 8% apresentam deficiência mental (BRASIL, 2013).

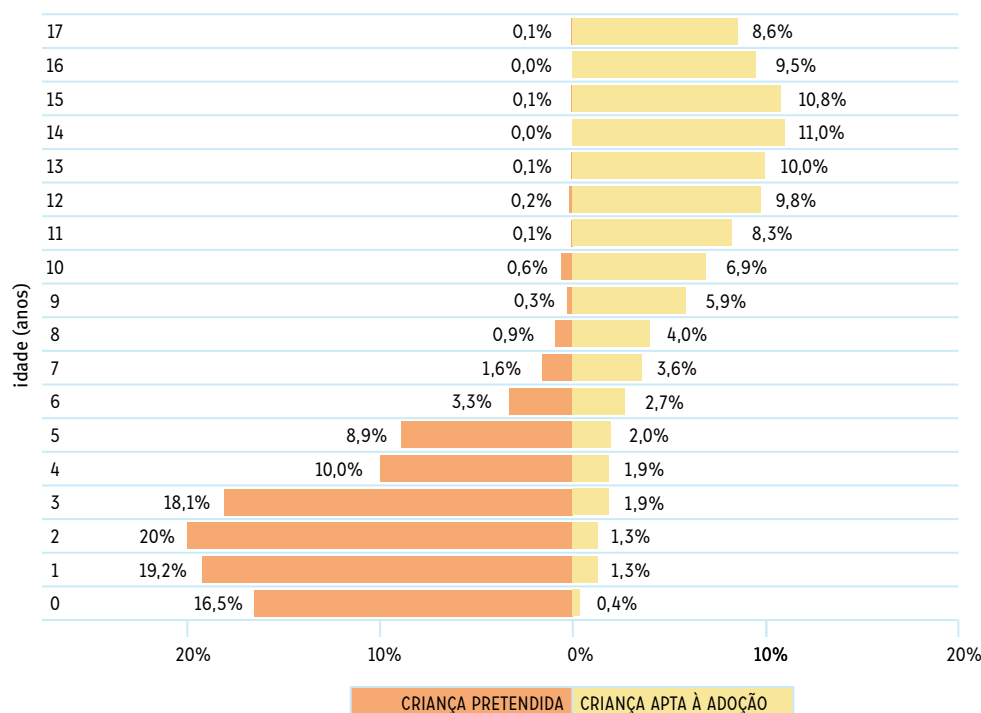
**g) Raça/cor da criança e do adolescente apto à adoção em relação à preferência do pretendente.**



**Figura 9:** Raça/cor da criança e do adolescente apto à adoção em relação à preferência do pretendente. Fonte: Conselho Nacional de Justiça, 2013. Adaptado pela autora.

É importante ressaltar que a soma das cores ou raças das crianças pretendidas é maior que 100. Isso ocorre porque candidatos à adoção podem preencher mais de um campo referente a cor ou raça. A partir da análise desse gráfico, verifica-se que a cor ou raça de uma criança não é um obstáculo para adoção. O percentual de pretendentes dispostos a adotar é maior em todas as categorias que o percentual de crianças aptas à adoção (BRASIL,2013).

### h) Idade da criança e do adolescente apto à adoção em relação à preferência do adotante



**Figura 10:** Idade da criança e do adolescente apto à adoção em relação à preferência do pretendente. Fonte: Conselho Nacional de Justiça, 2013. Adaptado pela autora.

As crianças aptas e o perfil desejado são destoantes quando analisado a variável idade. Um percentual de 92,7% dos pretendentes definiram como perfil de criança pretendida a idade entre 0 e 5 anos. Enquanto o CNA aponta apenas 8,8% das crianças nessa faixa etária. Na faixa etária entre 0 a 3 anos, identifica-se 55,7% dos pretendentes para 3% de crianças aptas.

Em suma, a análise realizada pelo CNJ revelou que a idade da criança e/ou adolescente apto à adoção é o principal motivo que mantém a disparidade existente entre o número de pretendentes (28.151) em relação ao de crianças aptas à adoção (5.281). O estudo também apontou que a raça/cor e o sexo da criança não são barreiras para adoção (BRASIL, 2013).

Quanto às crianças e aos adolescentes portadores de HIV (2,7% das crianças e adolescentes aptos à adoção), o estudo verificou que existe cerca de trinta vezes mais pretendentes que aceitam adotar crianças e adolescentes portadores de HIV em relação ao número de crianças e adolescentes nessa situação. O estudo também revelou que geralmente pretendentes que desejam somente bebês menores de 1 ano de idade e aqueles que aceitam crianças com mais de 5 anos são mais flexíveis em relação aos outros critérios de cor, raça e sexo.

### 2.2.5 Maternidade e Paternidade Adotivas

Atualmente, existe um esforço por parte de Grupos de Estudos e de Apoio à Adoção na difusão da “cultura da adoção” no sentido de encontrar uma família para crianças e adolescentes que não os têm, sem a valorização das características de cor, gênero, raça ou idade. No entanto, a adoção ainda é vista como uma solução em virtude da infertilidade e, por isso, a alta procura por crianças pequenas e bebês (EBRAHIM, 2001).

Levy-Shift e Har-Even (1991 apud COSTA; ROSSETTI-FERREIRA, 2007) afirmam que os pais adotivos sofrem mais tensões que os pais biológicos, porque a parentalidade tornar-se real de forma mais abrupta sem tempo para os pais se envolverem com seus novos papéis. Além disso, pais adotivos têm que lidar com o estigma associado à adoção em um contexto histórico e sócio-cultural que valoriza a fecundidade e laços consanguíneos.

#### 2.2.5.1 Adoção Tardia e Adotantes Tardios

Segundo autores (CASSIN, 2000; MARIANO, 2004; VARGAS, 1998; WEBER, 2003 apud COSTA e ROSSETTI-FERREIRA, 2007), o medo em relação à adoções tardias se fundamenta na crença de que essas crianças possuem *maus hábitos e defeitos de caráter* provenientes de sua família de origem, ou adquiridos no abrigo. Além dos *maus hábitos*, pesquisas realizadas (WEBER, GAGNO, CORNÉLIO e SILVA, 1994; WEBER e CORNÉLIO, 1995; WEBER e GAGNO, 1995 apud EBRAHIM, 2001), indicam mais dois preconceitos comuns quanto à adoção tardia: crianças mais velhas seriam mais difíceis de educar; crianças que não sabem que são adotivas teriam menos problemas, por isso, deve-se adotar bebês e esconder sua origem para imitar uma família biológica.

Um estudo realizado com 27 adotantes tardios e 55 convencionais revelou as motivações e características principais daqueles que optam pela adoção tardia. Em relação às motivações, destaca-se a presença de um sentimento altruístico maior nos adotantes tardios do que apresentado nos adotantes convencionais. Ou seja, as preocupações dos adotantes tardios estavam centradas em atender às necessidades do outro e mantinham pouca expectativa nos resultados pessoais (EBRAHIM, 2001).

Os adotantes tardios podem ser diferenciados dos adotantes convencionais pelas seguintes características gerais: nível sócio-econômico superior; estado civil diferenciado; maior presença de filhos biológicos, maturidade e estabilidade emocional mais elevada. Entretanto, o estudo não visa excluir os pretendentes que não possuem essas características, pois pessoas com outros perfis podem realizar uma adoção tardia com sucesso (EBRAHIM, 2001).

A integração a uma família substituta permite à criança ou ao adolescente reconstruir sua identidade a partir da criação de vínculo com as figuras parentais. Estes fornecem a base

necessária para que o adotado desenvolva suas potencialidades, e elabore os traumas provenientes da separação da família biológica (PEREIRA; SANTOS, 1998 apud SASSON; SUZUKI, 2012). Independente da idade da criança adotada, estas podem apresentar traumas maiores ou menores, porém, o que determina o sucesso de uma adoção depende da vivência da criança, do contexto que provocou sua destituição da família biológica, assim como, a flexibilidade, habilidade e dedicação dos adotantes (DINIZ, 1994 apud SASSON; SUZUKI, 2012).

É importante, portanto, que os pretendentes à adoção recebam apoio psicológico, o qual contribui para superar possíveis medos, angústias vivenciadas durante o período de espera, assim como refletir e ressignificar suas motivações conscientes e inconscientes sobre adoção (SCHETTINI; AMAZONAS; DIAS, 2006 apud SASSON; SUZUKI, 2012).

Adoção pode ser considerada um desafio complexo, uma vez que a criança não foi “criada” e “moldada” por nós. Entretanto, muitos relacionamentos ao longo da vida são construídos com pessoas que não foram “criadas” e “moldadas” por nós, por exemplo, colegas, namorado (a), marido ou esposa. Apesar disso, essas relações podem ser oportunidades para o amadurecimento e crescimento à medida que a alteridade se desenvolve (SASSON; SUZUKI, 2012).

Desse modo é preciso desmitificar a adoção tardia e concentrar esforços para que o filho por adoção encontre na família substituta o ambiente propício para seu desenvolvimento. E também é necessário que os adotantes recebam apoio psicológico durante e após a adoção, assim, estarão melhor preparados para lidar com as dificuldades da maternidade e paternidade adotiva. Foi observado durante as reuniões do Grupo de Apoio (descritas no capítulo quatro) organizado pelo Instituto Amigos de Lucas que os pretendentes recebem muito pouco apoio depois do processo de adoção. Segundo os adotantes, as visitas dos assistentes sociais cessam após a verificação de que a criança ou adolescente apresenta os sinais básicos de adaptação. No entanto a psicóloga Lizianne Cenci (entrevista descrita no capítulo quatro), afirmou que o período de adaptação da criança à nova família se estende até dois anos. Sendo assim, práticas que apoiem os adotantes após a conclusão do processo judicial também são necessárias para garantir

Observa-se que, assim como a legislação vai evoluindo de um conceito mais estrito de adoção - que parte dos interesses dos adotantes e, progressivamente, vai priorizando os interesses do adotando/criança, por exemplo a evolução durante o século XX da legislação até a igualdade de direitos entre o filho legítimo e o adotivo definida na Constituição de 1988. Não somente o poder judiciário precisa estar em constante processo de adaptação, mas também a sociedade como um todo precisa rever seu conceito de adoção. Se a família se transforma (homossexualismo, monoparentalidade, mulheres como chefes de família, divórcio), a visão relativa à adoção deve acompanhar essa mudança de modos de constituição familiar. A indiferença e por vezes a ignorância acerca da realidade brasileira e a situação das intuições de acolhimento impede que as pessoas reflitam a respeito, fator que mantém o descompasso entre número de crianças aptas à adoção e número de pretendentes.

Nesse sentido, a presente proposta de TCC visa contribuir neste problema porque o Design Visual, através do seu papel social e capacidade técnica em melhorar a comunicação pode aprimorar a linguagem visual utilizada para esclarecer as pessoas sobre o universo de adoção. O potencial do design visual guiado por uma abordagem contemporânea de metodologia de design, o design centrado no ser humano, reflete a transformação que ocorre no meio profissional do design. Ou seja, começa a compreender que tão importante quanto os meios (processos), são os fins (objetivos) da atividade projetual, guiados demandas sociais ainda não atendidas.

## 2.3 LINGUAGEM CINEMATOGRAFICA

Nesta sessão apresenta-se uma breve revisão da origem do cinema, assim como os núcleos na realização de um filme, e convenções da linguagem cinematográfica. A pesquisa se restringiu ao cinema ocidental, mais especificamente aos padrões norte-americanos por influenciarem fortemente a produção audiovisual brasileira. Essa sessão foi criada após a conclusão da terceira etapa deste trabalho (ideação) na qual foi selecionada uma alternativa projetual que utiliza a linguagem visual do cinema como meio de sensibilizar os pretendentes à adoção. O gênero filme documentário foi a opção em termos de projeto de design visual para atingir o objetivo geral deste TCC, contribuir para a promoção dos benefícios afetivos decorrentes da adoção tardia. Portanto, foi identificada a necessidade de base teórica na área de cinema para a desenvolvimento deste projeto.

### 2.3.1 Origem do Cinema

Segundo Machado (2011) a origem do cinema está relacionada às mudanças na sociedade que impulsionaram a invenção da fotografia no século XIX e posteriormente permitiram a invenção do cinema. A partir de 1800 o cotidiano transformava-se com o crescimento urbano, as novas formas de transporte e de comunicação consequências do projeto de racionalismo, capitalismo e da criação de novas tecnologias. Entre esses avanços pode-se citar, a expansão da linha ferroviária, o telégrafo, a navegação a vapor e os primórdios da comunicação pelo rádio os quais contribuíram para uma nova experimentação do tempo e do espaço. Uma vez que esses avanços permitiram diminuir as fronteiras entre grupos étnicos, religiões e ideologias, surgiram novas maneiras de ver o espaço e o movimento. Esse contexto de desenvolvimento urbano e tecnológico, além do avanço do consumismo e da indústria de entretenimento impulsionaram a criação do cinema (MACHADO, 2011).

Uma das figuras mais importantes dos primórdios da fotografia foi Louis-Jacques-Mandé Daguerre que a partir de experimentos com Joseph Niépce e seu filho criou o processo conhecido como daguerreótipo. Em 1839 a Academia Francesa de Ciência comprou os direitos da fórmula para uso público e esse processo fotográfico, reconhecido por sua nitidez de detalhes, foi comercializado mundialmente (JOHNSON, 2005). Nessa época as imagens eram gravadas diretamente em placas que por sua vez eram frágeis e encareciam o processo, outros substratos foram utilizados como



por exemplo o vidro, mas ainda assim os equipamentos fotográficos não era acessíveis à grande massa. Em 1888, George Eastman fundador da Kodak deu início a popularização da fotografia comercializando câmeras portáteis com filme flexível (KODAK, 2014).

A invenção da fotografia possibilitou a reprodução efetiva do real em um suporte sem a necessidade de um artista treinado para ver, relatar e expressar a realidade através de um esboço ou obra finalizada (MACHADO, 2011).

A originalidade da fotografia em relação à pintura reside em sua objetividade essencial. (...) Pela primeira vez, entre o objeto inicial e sua representação, nada se interpõe a não ser um outro objeto. Pela primeira vez, uma imagem do mundo exterior se forma, automaticamente sem a intervenção criadora do homem, segundo um rigoroso determinismo (DUBOIS, 2004, p. 41 apud MACHADO, 2011, p.19).

De acordo com a classificação realizada por Pierce (PIGNATARI, 2004, apud MACHADO, 2011) a fotografia é considerada um ícone por ser uma imagem que denota algo por apresentar características em comum com o que é denotado. Quando a fotografia buscou a representação do tempo surgiu o cinema. Em termos técnicos, cinema é imagem em movimento proveniente da projeção de luz em uma sucessão de fotogramas em movimento. A autora acrescenta que o cinema determina o tempo e a distancia na qual o espectador olha cada objeto, uma vez que o objetos que captam a nossa atenção foram previamente selecionados pela câmera (MACHADO, 2011). Com esse domínio sobre o ponto focal do espectador é possível guiá-lo ao longo da narrativa e conduzi-lo a se envolver emocionalmente com a história.

Alguns dos personagens mais importantes no desenvolvimento dos primeiros sistemas precursores da câmera cinematográfica foram Etienne-Jules Marey e Eadweard Muybridge, ambos utilizaram a “cronofotografia” ou fotografia instantânea para capturar uma série de fotos de objetos em movimento. Em 1890, Thomas Edison e seu assistente Dickson criaram o cinematógrafo, aparelho que criava a ilusão de movimento, ou seja que ajudava na visualização da cena, captada em imagens estáticas no filme, a imagem em movimento (MACHADO, 2011).

### **2.3.2 A Linguagem do Cinema**

Machado (2011) define o filme como o resultado de vários elementos narrativos, sonoros e visuais arranjados de acordo com um roteiro. A fidelidade da imagem e do movimento à realidade faziam com que o espectador acreditasse no que era projetado na tela, provocando assim, as mais diversas reações, alegria, medo e espanto.

Cinema é uma forma de transmitir uma ideia sobre o mundo. Por isso é considerado um tipo de linguagem, assim como a linguagem verbal, oral ou escrita (GERBASE, 2012). O autor complementa que o cinema quando foi criado em 1895 assimilou uma série de elementos de outras áreas artísticas daquele período. O cinema apropriou-se da técnica de captura de imagem da fotografia, da estética de composição de quadros da pintura, da representação dos atores do

teatro, do apelo emocional de sons na música e, por fim, dos romances realistas da metade do século XIX da literatura.

Gerbase (2012, p.23) considera “filme” “qualquer sequência de imagens em movimento com som sincronizado que conta uma história”. Por conseguinte, o autor considera um longa produzido e exibido em 35 mm ou um curta gravado e editado digitalmente por meio de um celular, filmes desde que tenham o objetivo de contar uma história aos espectadores. Independente do dispositivo de captura, o objetivo é que a narrativa fílmica seja capaz de criar algum tipo de emoção no espectador e o faça assistir à história até o fim (GERBASE, 2012).

Existe dois grandes gêneros no universo fílmico: ficção e documentário. O filme de ficção (filme de enredo ou filme posado) consolidou-se como gênero dominante e foi a base dos critérios para definição do modelo de escrita de um roteiro. Por conseguinte, a formação de roteiristas está voltada para a criação de filmes de ficção, fato percebido porque manuais de roteiro voltados para filmes de não ficção são raros. O filme documentário é um gênero mais exigente do que o gênero de ficção em termos técnicos, e na questão de envolvimento do realizador com o tema a ser explorado, visto que o documentarista é obrigado a reformular os conceitos iniciais e a viabilidade artística de seu projeto concomitantemente à realização do filme (PUCCINI, 2007).

### 2.3.2.1 Cinema e design

Machado (2011) relaciona cinema e design a partir de uma série de similaridades entre a linguagem visual dessas duas áreas. O cinema e o design são consequências do projeto da modernidade e ambos se apropriaram dos princípios visuais da pintura. A autora define design, cinema e pintura como formas de representação que transpõem o espaço real para o espaço plástico, a superfície da imagem.

O papel de um designer em uma produção cinematográfica é o projeto/desenho da imagem de todos os elementos que aparecem na tela. Essa função é desempenhada pelo diretor de arte no Brasil. No entanto, nos Estados Unidos, esse profissional é denominado *production designer* e sua função abrange mais variáveis que o diretor de arte brasileiro. As responsabilidades de um *production designer* englobam a escolha da paisagem, construção de cenários, produção de objetos, figurino, maquiagem e efeitos visuais. Logo, esse profissional é o responsável pela concepção do aspecto visual de um filme (MACHADO, 2011).

### 2.3.3 Núcleos Básicos de um Filme

Segundo Gerbase (2012), para a realização de um filme profissional a equipe de trabalho é dividida em três núcleos principais. Em produção de menor escala, os integrantes de cada equipe desempenham funções de vários núcleos.

### *2.3.3.1 Núcleo - Roteiro*

O filme é o somatório do trabalho de um grupo de pessoas guiadas por um roteiro. Esse documento é redigido por uma ou mais pessoas e serve de base para todos os membros da equipe do filme. O roteiro engloba as falas dos personagens e a ordem que o filme será montado (GERBASE, 2012). O roteiro surgiu na primeira década do século XX como uma forma de diminuir os custos da fabricação do produto “filme” porque era possível organizar as gravações de uma forma mais eficiente. Ou seja, os planos que necessitavam do mesmo cenário eram filmados de uma única vez e não seguindo a ordem do enredo do filme (PUCCINI, 2009).

O roteiro de documentário distingue-se daquele realizado para filmes de ficção. A estrutura do roteiro de documentário varia de acordo com o tema e o modo de abordagem do assunto. No caso de documentários de arquivo, históricos ou biográficos é possível escrever um roteiro fechado e detalhado de cada cena. Já Documentário Direto se caracteriza pelo registro de eventos e a valorização da situação real e por isso não é possível a redação de um roteiro completo (PUCCINI, 2009). Segundo Gerbase (2012) a criação do roteiro para um documentário é mais superficial e simplificada do que para a ficção, visto que, o roteiro para documentário permite que espaço para que os entrevistados se comportem com certa liberdade.

### *2.3.3.2 Núcleo - Produção*

A equipe de produção é responsável por todas as decisões que são necessárias para transformar o roteiro em filme. São responsabilidades da produção: analisar o roteiro e identificar os recursos para a filmagem de cada cena; buscar recursos financeiros para cobrir o orçamento criado com base no roteiro; formar e se responsabilizar pelo pagamento de atores e atrizes assim como da equipe do filme; gerenciar os recursos financeiros; supervisionar todas as etapas de realização do filme; divulgar o filme quando esse estiver pronto (GERBASE, 2012). Fazem parte desse núcleo: produtor, produtor executivo, assistente de produção executiva, assistente financeiro, diretor de produção, assistentes de produção, produtores de alimentação, motoristas.

### *2.3.3.3 Núcleo - Direção*

A função da equipe de direção é coordenar o *set* de filmagens e responder a todas as perguntas sobre o filme. São responsabilidades da equipe de direção: definir a posição da câmera, enquadramento, duração de cada plano, supervisionar os detalhes de fotografia, cenários, figurinos, maquiagem e montagem do filme. Fazem parte desse núcleo: diretor, assistente de direção, segundo assistente de direção e continuísta. Além disso, esse núcleo conta com equipes técnicas para: fotografia, som diretor, som (pós-produção), direção de arte e edição. A lista de profissionais de cada equipe é proporcional à complexidade do filme, por isso filmes com baixo orçamento costumam trabalhar com equipes reduzidas nas quais os integrantes assumem várias responsabilidades (GERBASE, 2012).

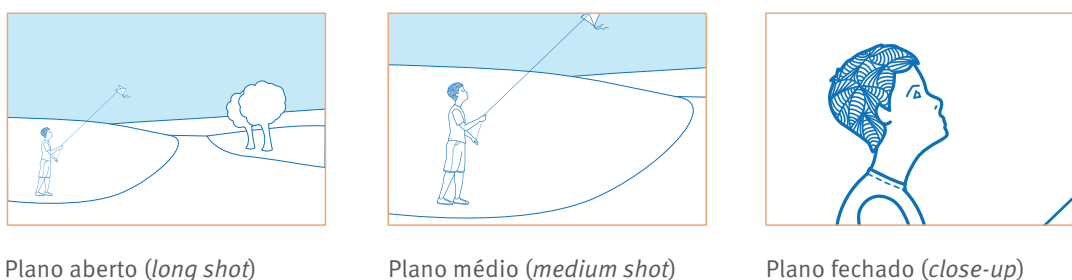
### 2.3.4 Enquadramento

Essa sessão aborda aspectos técnicos da estrutura de um filme. As câmeras de filme e as câmeras de vídeo digital funcionam com o mesmo princípio o que difere é o substrato que capta a imagem.

Entende-se como enquadramento a ação de distribuir em uma composição os elementos da imagem. A escolha do que fará parte e do que não fará parte da composição é o estágio inicial e essencial na transformação da realidade exterior em filme. Para isso é necessário selecionar de acordo com o roteiro qual seção dessa realidade espacial deve fazer parte da imagem fílmica (MACHADO, 2011). O enquadramento depende da definição do plano, altura do ângulo e o lado do ângulo da câmera (GERBASE, 2012).

#### 2.3.4.1 Cena, Plano e Sequência

Cena é o lugar no qual ocorre a ação. Uma cena pode ser composta uma série de planos que representam um acontecimento contínuo. Plano é a sucessão de imagens em movimento filmada sem interrupção. Cada plano é uma tomada que pode ser repetida caso ocorra algum erro. Se ocorrer alguma alteração da posição da câmera ou lente, trata-se de um novo plano e não de uma tomada repetida (MASCELLI, 2010). A figura 11 ilustra os três tipos de planos básicos nomeados pelo cinema norte-americano. O plano aberto se caracteriza pela posição da câmera distante do objeto, fazendo-o ocupar uma porção reduzida da imagem. No plano médio a câmera está a uma distância média do objeto, mas nesse caso ainda há espaço de contextualização à sua volta. Já o plano fechado evidencia o objeto por meio do posicionamento da câmera próximo a esse objeto (GERBASE, 2012).



**Figura 11:** Principais tipos de planos. Fonte: GERBASE, 2012. Adaptado pela autora.

Sequência define uma série de cenas ou planos que são necessários para reproduzir uma ação. Por exemplo, uma sequência pode começar com uma cena exterior e depois uma interior para mostrar o personagem entrando em um edifício. Sendo assim define-se como sequência, uma ação filmada por diferentes planos montados através de cortes secos para simular o fato de maneira contínua como esse ocorreria na vida real (MASCELLI, 2010).

#### 2.3.4.2 Câmera: tipos de ângulos

Designa-se câmara objetiva quando os fatos são filmados de um ponto de vista externo. O espectador assiste às imagens através dos olhos de um observador oculto. Os ângulos objetivos são impessoais e os personagens nunca olham diretamente para a câmara. Já a câmara subjetiva filma do ponto de vista pessoal. O espectador assiste às imagens como se participasse da ação pois ocupa o lugar de um dos atores. Quando um dos personagens olha diretamente para a câmara cria uma situação olho no olho entre ator e espectador (MASCELLI, 2010).

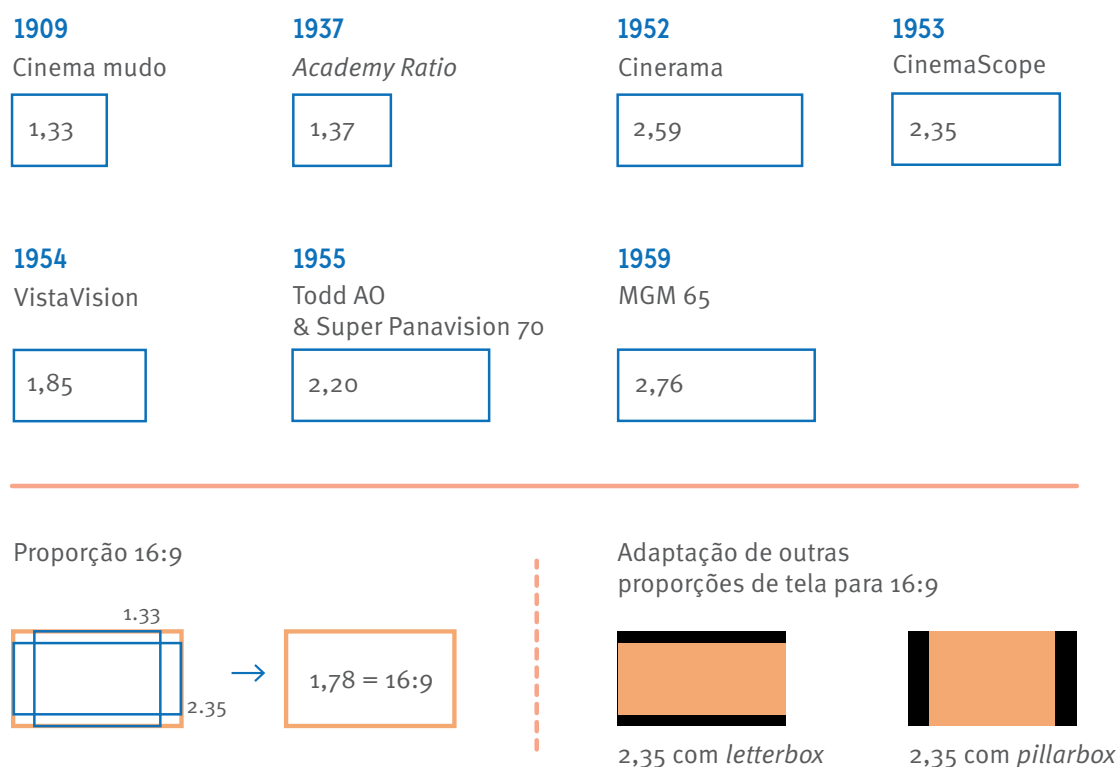
#### 2.3.4.3 Corte, Montagem e Continuidade

O corte estabelece uma relação entre dois planos consecutivos. Em um dado momento o primeiro plano será interrompido para iniciar o próximo. O diretor sempre filma além do ponto de corte para que o editor na etapa de montagem possa definir qual o melhor quadro para o corte (GERBASE, 2012). A continuidade determina o sucesso ou o fracasso de uma produção fílmica, por isso deve ser priorizar um fluxo de imagens contínuo, suave e lógico para representar o fato de maneira coerente (MASCELLI, 2010). Sendo assim a continuidade desempenha um papel fundamental na transmissão da mensagem de acordo com a intenção do projeto.

#### 2.3.4.4 Proporção de tela

A proporção de tela é a razão entre a largura e a altura sendo essa expressa por dois números 4:3, 16:9 ou na forma decimal 1,33 ou 1,37. O primeiro formato de tela foi criado por William Kennedy Dickson que trabalhava com Thomas Edison e determinou que cada quadro ocuparia quatro perfurações de altura do filme de 35 mm. Os motivos para essa escolha são desconhecidos, mas a razão 4:3 ou 1,33 foi adotada em 1909 como padrão pela indústria cinematográfica nos Estados Unidos (FILMMAKERIQ.COM, 2013).

A proporção de tela alterou-se conforme os avanços tecnológicos e estéticos da filmagem. Algumas proporções de tela permaneceram em uso por mais tempo e a figura 12 (p.62) ilustra os principais formatos de tela desde a invenção do cinema. A proporção *Academy Ratio* (1,37) surgiu após a inclusão de som sincronizado em 1927. As proporções seguintes foram criadas por diferentes empresas em uma corrida tecnológica para produzir a melhor qualidade de imagem e assim, atrair o espectador às salas de projeção. As telas mais horizontais do cinema eram um diferencial em relação aos aparelhos de TV, mas também os diversos tamanhos dificultavam o ajuste em diferentes mídias. No final dos anos 80, Kerns H. Powers sugeriu a proporção 16:9 ou 1,78 para solucionar o problema do uso de várias proporções de imagem. O tamanho 16:9 surgiu a partir da razão geométrica entre 1,33 e 1,37 (as duas proporções de tela mais comuns). A adição de *letterbox* ou *pillarbox* (barras pretas horizontais ou verticais) adequava qualquer tamanho de tela à proporção de 16:9 (FILMMAKERIQ.COM, 2013).



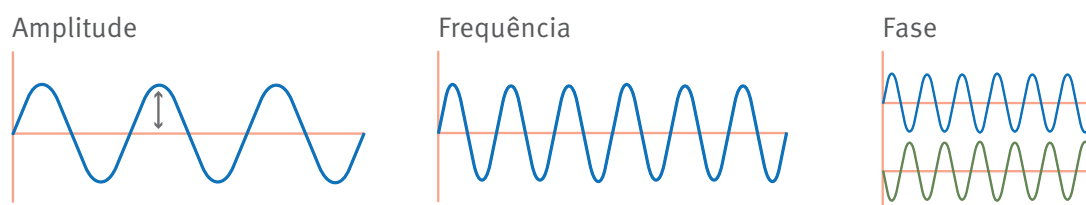
**Figura 12:** Comparativo das principais proporções de tela. Fonte: Filmmakeriq.com, 2013. Adaptado pela autora.

### 2.3.5 Som

Com sons é possível retratar a realidade com maior verossimilhança, também é possível distorcê-la ou potencializá-la (GERBASE, 2012). A indústria cinematográfica do começo do século XX desmereceu o impacto que a sincronização de som e imagem teria nos espectadores. O cinema mudo fazia sucesso e a tecnologia para captação e reprodução de som sincronizado era onerosa e de qualidade instável. No entanto, esse cenário mudou completamente em 1927 com o lançamento do primeiro filme com diálogos, “The Jazz Singer” dos diretores Gordon Hollingshead e Alan Crosland produzido pela Warner Bross o qual encantou o público. A partir desse ano o cinema mudo perderia audiência e a indústria cinematográfica norte-americana obrigou-se a incluir som no processo de produção e exibição de filmes. Inicialmente o som era gravado no negativo do filme e evoluiu até os atuais sistemas digitais com 16 ou mais canais (FILMMAKERIQ.COM, 2014a).

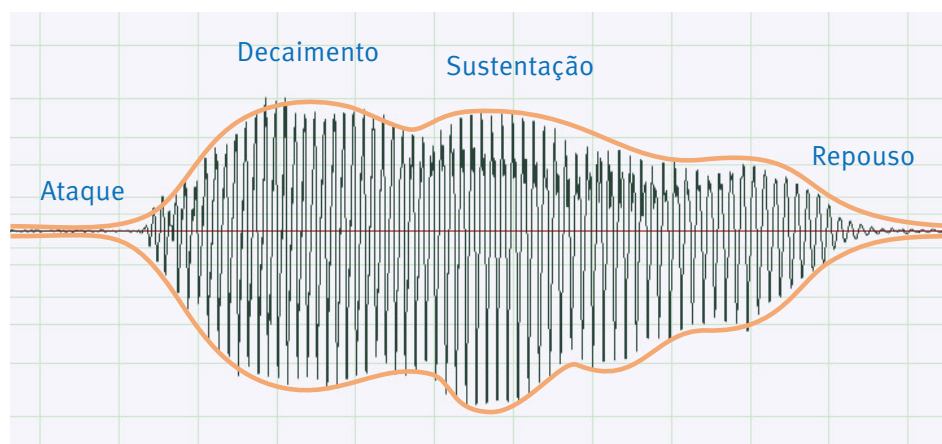
Assim como a visão é a resposta do cérebro a radiação eletromagnética na forma de ondas de luz, pode-se afirmar que o som é a resposta do cérebro a mudanças de pressão atmosférica. A figura 13 (p. 63) ilustra as características básicas das ondas sonoras. Amplitude sonora é força da onda sonora mensurada através RMS (*root mean square*) que determina a amplitude média de uma onda. Frequência é número de oscilações em um determinado intervalo de tempo, mensurado em Hertz (HZ) e fase é o ponto de início da onda. O entendimento dessas características físicas

contribui na etapa de edição do áudio. Por exemplo, no processo de mixagem de áudio proveniente de diferentes microfones deve-se considerar a fase de cada onda, pois ondas sonoras em fases opostas se cancelam quando combinadas (FILMMAKERIQ.COM, 2014b).



**Figura 13:** Aspectos básicos de ondas sonoras. Fonte: Filmmakeriq.com, 2014b. Adaptado pela autora.

O envelope sonoro (figura 14) determina como o som se inicia, se mantém e termina ao longo do tempo. O envoltório sonoro é definido por quatro fases: ataque, início do som; decaimento, após o ataque o som sofre uma redução de intensidade antes de se estabilizar; sustentação, a intensidade é mantida no mesmo nível; e repouso, a intensidade diminui até desaparecer completamente (FILMMAKERIQ.COM, 2014b).



**Figura 14:** Envelope sonoro de fragmento de arquivo digital de áudio. Fonte: autora (2014).

A unidade para medir a intensidade de um som é chamada Decibel (dB). Sendo uma unidade logarítmica utilizada para expressar a razão entre dois valores de uma quantidade física: energia ou intensidade. Não é uma unidade métrica como o metro e o grama, pois o decibel é baseado em uma comparação com o som mais fraco que os seres humanos podem ouvir, estipulado em 20 micropascals. Em termos práticos, aumentar o som 3dB significa duplicar a potência do sinal, e por conseguinte diminuir 3db resulta na diminuição de metade da potência do sinal (FILMMAKERIQ.COM, 2014b).

### 2.3.5.1 Música

A música pode cumprir diferentes papéis em um filme: potencializar as emoções dos espectadores; ajudar a contar a história por meio da letra, ritmo e harmonia que se integram à narrativa; ambientar um período histórico com a escolha de canções populares da determinada época; ironizar a história através da escolha de uma canção que se contrapõe à narrativa (GERBASE, 2012).

### 2.3.5.2 Vozes e Efeitos Sonoros

A voz pode ser proveniente dos atores ou de um narrador não presente na cena. Ao utilizar o timbre da voz humana, esse recurso transmite muito o sentido do filme independente de ser ficcional ou não. Já os efeitos sonoros podem ser de três naturezas: efeitos diretos, são efeitos de baixa complexidade como por exemplo, sons de pássaros, floresta, trânsito, entre outros; *foley*, tipo de efeito mais sutil que o direto, vinculado aos movimentos do personagem; e efeitos desenhados (*sound design effects*), englobam os efeitos produzidos sem equivalência com o mundo real como os sons nos filmes de ficção científica. Além disso, o silêncio, ausência de som, também transmite significado e é um recurso para gerar “vácuo” na narrativa (GERBASE, 2012).

## 2.3.6 Circulação do Filme

Um filme é feito para os espectadores. Segundo Gerbase (2012) após a edição do filme parte-se para a comercialização e distribuição antes da exibição em salas de cinemas e outras mídias. A comercialização é responsabilidade da produtora do filme, a empresa que investiu financeiramente no projeto. A distribuição profissional difere muito das possibilidades de circulação de um filme amador. Por isso, em casos de produções sem orçamento para distribuição deve-se utilizar as ferramentas disponíveis *online* de vídeo para alcançar o público-alvo.

## 2.4 ABORDAGEM METODOLÓGICA

Nesta sessão apresenta-se a abordagem e os procedimentos que foram aplicados no desenvolvimento do projeto. Para este TCC foi adotado o *Human-Centered Design* (HCD) como abordagem metodológica, uma forma de orientar projetos que considera as necessidades do usuário como ponto de partida. Tal abordagem foi desenvolvida com base nas ferramentas e no processo de design da IDEO, conhecido como *Design Thinking*.

### 2.4.1 Design Thinking

Nos últimos anos, a fama de romper com paradigmas e fomentar soluções inovadoras criaram uma aura ao redor do termo “*design thinking*”. O processo se popularizou como uma empolgante e inovadora maneira de lidar com problemas de diferentes áreas: Tecnologia da Informação,



Administração, Educação, Medicina, entre outras. Porém, algumas das atividades criativas intituladas “*design thinking*” partem de uma compreensão equivocada do processo e, por isso classificam uma miscelânea de atividades sob esse rótulo (DORST, 2010).

O termo “*design thinking*” foi mencionado pela primeira vez por Rowe, em 1987, no título de seu livro. A partir de 1991, o *Design Thinking Research Symposium* apresenta pesquisas e metodologias de *design thinking*, assim como se esforça para aumentar a compreensão sobre o assunto. A partir dessa época, muitos modelos de *design thinking* surgiram, baseados em diferentes abordagens de projetos, teorias e modelos metodológicos em design, psicologia, educação, entre outros (DORST, 2010). Contudo, neste caso, foi adotado majoritariamente a abordagem difundida pela IDEO por ser uma referência na aplicação dessa abordagem metodológica.

Esta seção apresenta as características principais do *Design Thinking*, o porquê do uso dessa abordagem no mundo dos negócios e a definição de pensamento abduutivo, necessário neste tipo de abordagem metodológica.

#### 2.4.1.1 *Design Thinking segundo IDEO*

IDEO é uma empresa de consultoria em design que foi fundada em 1991, oriunda da fusão entre David Kelley Design, escritório responsável pela criação do primeiro mouse para Apple em 1982, e ID TWO, responsável pelo design do primeiro laptop em 1982. Inicialmente, o posicionamento da IDEO era a tradicional abordagem do design voltado para negócios. Entre os produtos desenvolvidos pode-se destacar o Palm V (dispositivo de assistente digital pessoal), escovas de dente para Oral-B e cadeiras de escritório para Steelcase. A partir de 2001, o escritório passou a se envolver em projetos de design não tradicionais como, por exemplo, na criação de ambientes alternativos de ensino para uma universidade. Assim a IDEO deixou de trabalhar somente com design de produtos e se direcionou para o design de experiências de consumo (ACUMEM, 2014).

Para diferenciar essa nova abordagem de processo de design, IDEO a chama de “*design with small d*”. No entanto, essa expressão não se consolidou e nem parecia ser satisfatória. David Kelley, também fundador do Instituto Hasso Plattner da Universidade de Stanford, usualmente utilizava o termo “*thinking*” para explicar o quê os designers fazem. Devido ao constante uso do termo “*design thinking*”, acabou sendo adotado no campo profissional (ACUMEM, 2014).

Em 2008, Bill e Melinda Gates Foundation, contataram a IDEO para sistematizar o processo de *design thinking* de maneira que esse pudesse ser utilizado por organizações não governamentais localizadas em países em desenvolvimento. Um grupo de designers da IDEO, junto com outras instituições de pesquisa de desenvolvimento humano, trabalharam por três meses nesse projeto. Os designers apresentaram como a empresa atualmente desenvolve novos produtos, serviços e sistemas de forma que pudesse ser aplicado por outras instituições. Dessa maneira o *Human-Centered Design toolkit* foi criado, uma metodologia projetada para ser aplicada pelas

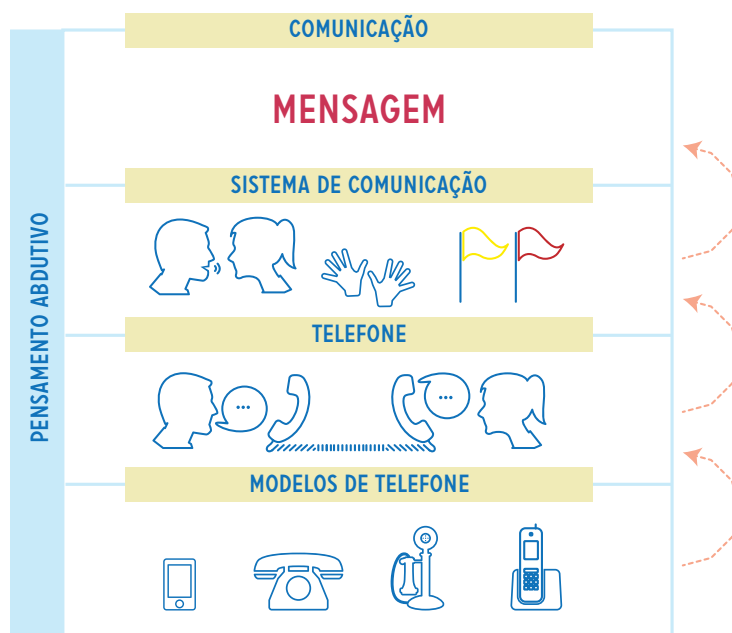
próprias organizações. O kit de ferramentas é disponibilizado gratuitamente na página online [www.hcdtoolkit.com](http://www.hcdtoolkit.com) (BROWN; WYAT, 2010).

#### 2.4.1.2 *Pensamento Abduativo*

Existem diferentes abordagens de *design thinking* e para favorecer o entendimento dessas é preciso primeiro entender como funciona a base do raciocínio em design, quais são os modelos lógicos que o suportam (DORST, 2010).

O pensamento abduativo permeia o sistema de padronização da mente, o qual nos permite classificar as informações, objetos e ideias (VESK, 2012). Nosso pensamento é classificado em diferentes níveis lógicos, essa é a forma na qual o cérebro organiza a informação para que tenha sentido para os outros e para nós mesmos. Por exemplo, quanto mais específico for o pensamento sobre algo (cadeira com braços) estará nos níveis lógicos mais baixos. Já pensamentos referentes a matérias mais abstratas, ou gerais, estão localizados nos níveis lógicos superiores (VESK, 2012).

A figura 15 (p. 67) ilustra como o objeto telefone e sua função (comunicar) são organizados nos níveis lógicos. Ao propor um novo design para um telefone, pode-se manter o pensamento no mesmo nível lógico e, possivelmente, desenvolver um projeto muito similar aos já existentes (ao se manter a geração de ideias dentro dos limites do nível lógico, impede-se que outras alternativas sejam consideradas). A outra opção para projetar um telefone é expandir o processo criativo para os outros níveis, e assim, novas ideias e combinações podem surgir pautadas em outros referenciais (VESK, 2012).



**Figura 15:** Níveis lógicos mentais no enquadramento do objeto telefone. Fonte: Veski, 2012. Adaptado pela autora.

Para criar novas soluções para o telefone é preciso fazer os seguintes questionamentos: “Qual é a função/filosofia que o descreve?” “A qual categoria/grupo entre os níveis lógicos o telefone pertence?” Nesse caso, a resposta seria o telefone é um ‘dispositivo para comunicação’ ou ‘sistema de comunicação’. Sendo assim, o conceito de comunicação é mais abstrato e pertence a níveis superiores na organização da informação do que o conceito de telefone. A amplitude dos níveis abstratos ou teóricos oferece mais oportunidades para serem exploradas (VESKI, 2012). Ao pensar de forma abduativa, o designer desprende-se do pensamento cartesiano, e é capaz de analisar padrões e transformá-los em oportunidades de negócio (VIANNA et al., 2012).

Nesse tipo de pensamento, busca-se formular questionamentos através da apreensão ou compreensão dos fenômenos, ou seja, são formuladas perguntas a serem respondidas a partir das informações coletadas durante a observação do universo que permeia o problema. Assim ao pensar de maneira abduativa, a solução não é derivada do problema: ela se encaixa nele. (VIANNA et al., 2012, p. 13).

Embora designers utilizem o pensamento abduativo para solucionar problemas, eles não são os únicos capazes de o fazerem. Nesta perspectiva, todos os seres humanos são *Designers Thinkers*, essa habilidade é intrínseca ao ser humano, o que guiou a evolução dos artefatos na sociedade humana. Atualmente, o pensamento abduativo, não é comum no meio empresarial e, por isso, tem sido supervalorizado e característico de profissionais com talento excepcional (VIANNA et al., 2012).

RACIOCÍNIO ANALÍTICO					
EQUAÇÃO INICIAL	O QUE (objeto/ato)	+	COMO (princípio operacional)	conduz a	RESULTADO (observado)
DEDUÇÃO	O QUE	+	COMO	conduz a	???
INDUÇÃO	O QUE	+	???	conduz a	RESULTADO

ABDUÇÃO					
EQUAÇÃO INICIAL	O QUE (objeto/ato)	+	COMO (cenário)	conduz a	VALOR (desejado)
ABDUÇÃO 1	???	+	COMO	conduz a	VALOR
ABDUÇÃO 2	???	+	???	conduz a	RESULTADO

**Figura 16:** Comparativo dos tipos de raciocínio através das diferentes configurações das incógnitas. Fonte: Dorst, 2010. Adaptado pela autora.

No raciocínio analítico duas configurações são apresentadas. Dedução ocorre quando as variáveis “o que” e “como” são conhecidas, possibilitando a previsão do resultado com segurança. Indução ocorre quando a variável “como” é desconhecida e, para isso, é proposto um princípio operacional de acordo com o resultado observado (DORST, 2010).

Ao tratar de abdução, duas situações são identificadas. Abdução 1, as variáveis “como” e “valor” são identificadas, ou seja, como o fenômeno acontece e como ele conduz ao valor desejado estão claros, e a solução é focada no quê criar (objeto, serviço ou sistema). Abdução 2, somente o valor desejado é conhecido, logo deve-se criar algo (objeto, serviço ou sistema) e um princípio operacional em paralelo (DORST, 2010).

Projetar o desenvolvimento de algo (objeto, serviço ou sistema) e seu sistema operacional em paralelo é comumente visto como o cerne do *design thinking*. O processo consiste em desenvolver soluções para “o que” e “como” através de contínuos testes que servem para evidenciar os acertos e erros daquela possibilidade. O teste dessa possível solução contribui na construção de um repertório de experiências e ajuda a desenvolver a intuição em relação a qual modelo se encaixa melhor no contexto do problema (DORST, 2010).

Contudo, o processo de design não é composto por uma única forma de pensar, mas sim por

abdução e raciocínio analítico combinados. Ao mesmo tempo estabelece uma diferença em relação a áreas as quais predominam o raciocínio analítico (dedução e indução), e a solução de problemas via abdução 1 (DORST, 2010). Essa diferente forma de propor soluções do *design thinking* colabora em empresas com visões muito limitadas de como abordar problemas. Ao mesmo tempo, nada impede que o *design thinking* seja adotado como abordagem metodológica principal em um projeto de design<sup>4</sup>.

#### 2.4.1.3 Design Thinking e Inovação

A inovação guiada pelo design visa principalmente o desenvolvimento e/ou integração de novas tecnologias no atendimento a novos mercados. Por outro lado, a consultoria em *design thinking* além de considerar esses fatores tecnológicos e mercadológicos inclui novos significados aos produtos e serviços (VIANNA et al., 2012). “As coisas devem ter forma para serem vistas, mas devem fazer sentido para serem entendidas e usadas” (KRIPPENDORF, 1989 apud VIANNA et al., 2012, p. 14). Segundo Vianna et al. (2012) o design é em essência uma disciplina que trabalha com significados. Ao produzir soluções, novos significados são gerados e esses vão desencadear uma série de estímulos cognitivos, sensoriais e emocionais.

Embora pareça evidente, salienta-se que a maioria das empresas costuma abordar a inovação e novas ideias de modo diferente. Uma abordagem é iniciar o projeto pela restrição que mais se adequa dentro do modelo atual de negócios da empresa de acordo com as suas peculiaridades. Novas ideias no contexto empresarial tendem a ser incrementais, previsíveis e muito fáceis para a concorrência emular, já que o mundo dos negócios é voltado para a eficiência. A segunda abordagem, comumente adotada por empresas de engenharia, se baseia na descoberta tecnológica. Pesquisadores descobrem primeiro um novo modo de fazer algo diferente, e só depois será considerado como a nova tecnologia vai se encaixar nos modelos de negócios atuais e criar valor (BROWN, 2009).

Ao utilizar o *design thinking* no processo de design, o primeiro estágio é identificar e avaliar as restrições presentes no contexto do problema de projeto. Essas restrições são melhor visualizadas quando avaliadas segundo três critérios: praticável (o que é funcionalmente possível dentro de um futuro próximo); viável (o que é mais provável em se tornar parte de um modelo de negócio sustentável); desejável (o que faz sentido para as pessoas) (BROWN, 2009).

---

<sup>4</sup>Nos dias três e quatro de abril de 2014 o professor holandês da Universidade Técnica de Delft, Henri Christiaans ofereceu aos alunos do Programa de Pós Graduação em Design e Tecnologia da UFRGS um workshop de Design Thinking organizado pelos professores Maurício Bernardes e Julio Van der Linden. Questionado sobre a validade da utilização do *Design Thinking* como metodologia principal em um projeto final de graduação, Henri Christiaans afirmou que *Design Thinking* pode ser utilizado sem prejuízo algum, e acrescentou ainda que o fato do mundo dos negócios estar se apropriando do *Design Thinking*, não diminui seu valor para a orientação de projetos.

Por conseguinte, um designer competente consegue resolver cada uma dessas restrições. No entanto, o *design thinker* é capaz de encontrar um ponto de equilíbrio harmonioso entre essas restrições. Alguns projetos podem ser direcionados por tecnologia, orçamento ou mistura de fatores humanos. A equipe de projeto reavaliará essas três considerações durante o desenvolvimento da solução. Entretanto, a ênfase nas necessidades humanas fundamentais é o impulsor do *design thinking* para sair do *status quo* (BROWN, 2009).

#### 2.4.1.4 Características e Princípios do Design Thinking

Segundo IDEO (2012), *design thinking* tem quatro características principais:

- Centrado no Ser Humano: pressupõe empatia e entendimento das necessidades e motivações das pessoas;
- Colaborativo: parte do princípio que várias mentes trabalhando juntas são mais capazes de resolver um desafio do que apenas uma;
- Otimista: assume que todas as pessoas são capazes. Não importa quão grande é o problema, nem se há restrições de tempo e orçamento;
- Experimental: permite falhar e aprender com os erros. A forma de trabalho consiste em testar as possíveis soluções e, a partir do feedback recolhido, interagir.

A habilidade do ser humano em se expressar não somente com palavras e símbolos é de extrema valia durante o processo (ACUMEM, 2014). Criar experiências, utilizar elementos visuais e contar histórias são maneiras de comunicar conceitos que carregam significados, ajudam no entendimento e impactam positivamente nos receptores. Assim, laços de empatia são criados com as pessoas para as quais a solução é destinada. Profissionais de distintas áreas do conhecimento e com diferentes pontos de vista contribuem na geração de ideias inovadoras que rompem a sistemática das opções paliativas atuais para o problema em questão (HASSO PLATTNER INSTITUTE OF DESIGN, 2010).

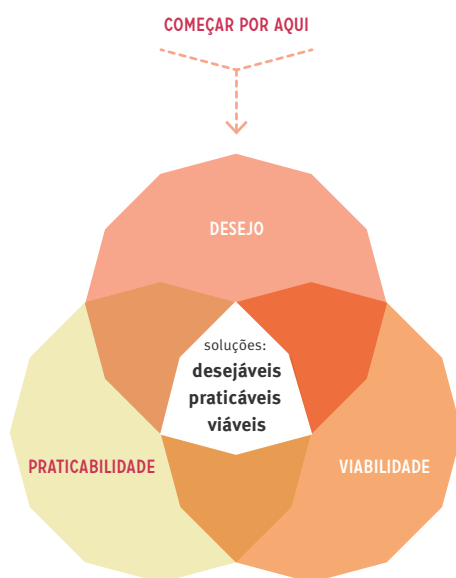
“[...] Design Thinking é confiar que o novo é possível, que a situação pode melhorar e que pode se tornar realidade” (IDEO; RIVERDALE, 2012, p. 12, tradução nossa). Também é estar consciente de qual é o seu papel no processo de design, quais as ferramentas serão utilizadas em cada etapa e quais são os objetivos. Portanto, soluções para os problemas podem ser criadas desde que os envolvidos tenham uma posição proativa e ciente.

O termo *design thinking* pode até ser considerado impróprio se for levado em consideração a diretriz que o propõe. O incentivo principal está centrado no ato de fazer, agir e construir ao invés do “*to think*”. A prototipagem não somente valida uma proposta, mas é o meio para se pensar e se aprender sobre o que se propõe (HASSO PLATTNER INSTITUTE OF DESIGN, 2010).

### 2.4.2 Human-Centered Design

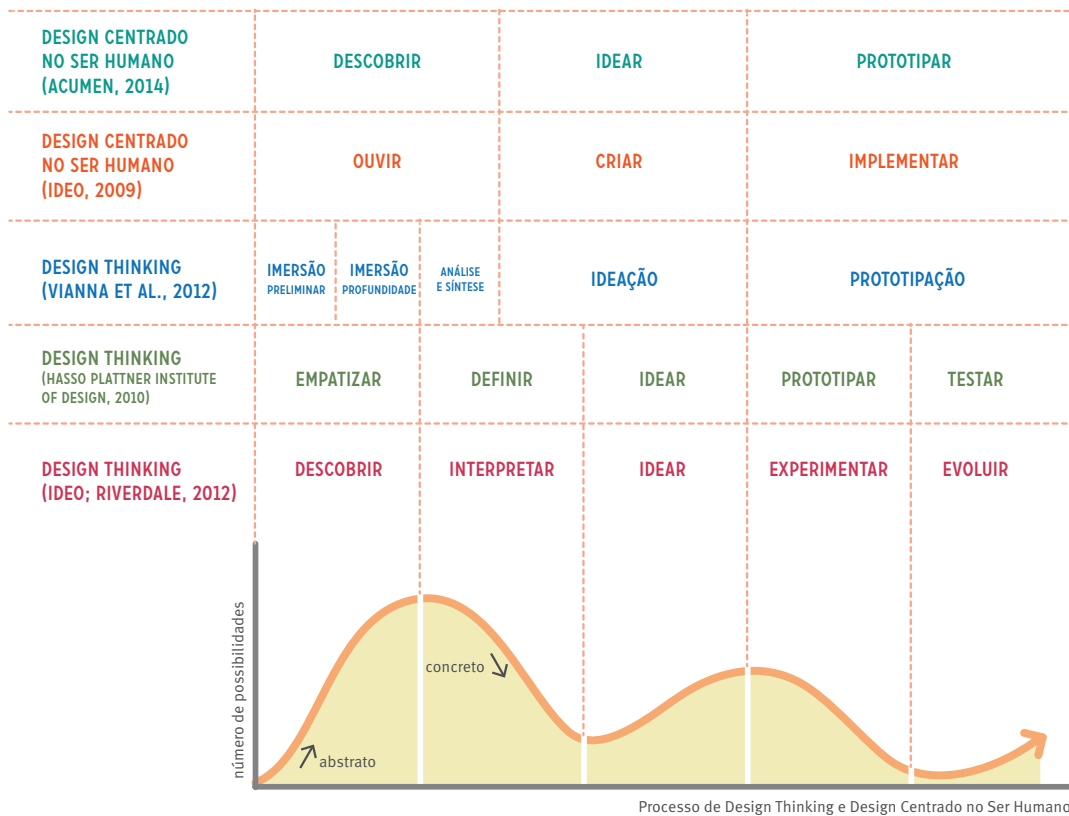
O termo em inglês *Human-Centered Design* (Design Centrado no Ser Humano) é o processo de desenvolver soluções inovadoras, que podem ser produtos, serviços, ambientes, organizações ou formas de interação (IDEO, 2009).

Esse processo conhecido por Design Centrado no Ser Humano inicia-se pelas pessoas para as quais se destina a solução. Dessa maneira, verifica-se as necessidades, desejos e comportamentos das pessoas envolvidas com o problema projetual. As informações coletadas são filtradas utilizando-se “lentes”. A “lente do desejo” é utilizada para ouvir e entender o que as pessoas desejam; a “lente da praticabilidade” é empregada para identificar o que é possível realizar do ponto de vista técnico e organizacional; a “lente da viabilidade” é destinada para identificar o que é viável financeiramente. As soluções criadas a partir dessa abordagem devem estar contidas na área de intersecção dessas três variáveis, como indica a figura 17 (IDEO, 2009).



**Figura 17:** As três lentes do Design Centrado no Ser Humano. Fonte: IDEO, 2009. Adaptado pela autora.

O processo estratégico Centrado no Ser Humano é dividido em três fases principais: Ouvir (*Hear*), Criar (*Create*) e Implementar (*Deliver*). O pensamento desloca-se do concreto ao abstrato para identificar temas e oportunidades e, mais tarde, de volta ao concreto, na etapa de soluções e protótipos. As etapas dos processos de Design Centrado no Ser Humano e de *Design Thinking* são organizadas de modo similar, mas diferem em nomenclatura, quantidade e abrangência das etapas. A figura 18 na página a seguir ilustra as etapas principais segundo diferentes autores.



**Figura 18:** Comparativo das etapas segundo vários autores. Fonte: autora (2014).

O processo de design oscila entre o pensamento divergente e convergente. Ou seja, na primeira fase, no entendimento do contexto do problema, os dados e informações são coletados e criam-se possibilidades. Em seguida, os dados são analisados e agrupados na procura por significado, diminuído o número de possibilidades (IDEO; RIVERDALE, 2012).



### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Este capítulo trata especificamente da abordagem metodológica utilizada no desenvolvimento deste projeto de TCC. A organização das etapas e seleção das ferramentas foram baseadas nas indicações dos autores descritos anteriormente na fundamentação teórica.

O projeto se desenvolve em cinco etapas: imersão, análise e síntese, ideação, prototipação e evolução. Embora as fases tenham sido apresentadas linearmente, há uma sobreposição na execução das atividades realizadas em cada fase. Por exemplo, a imersão em contexto tem início na primeira etapa e vai perdurar durante todo o desenvolvimento do projeto. A figura 19 na próxima página ilustra as etapas do projeto e ferramentas. As figura 20 e 21 (p.75 e p.76) apresentam o cronograma do TCC.

O desenvolvimento de cada etapa ocorre através da execução de ferramentas previamente selecionadas conforme sua adequação ao contexto projetual, ou seja, são atividades que contribuem para a evolução do projeto e se mantêm nos seus limites operacionais.

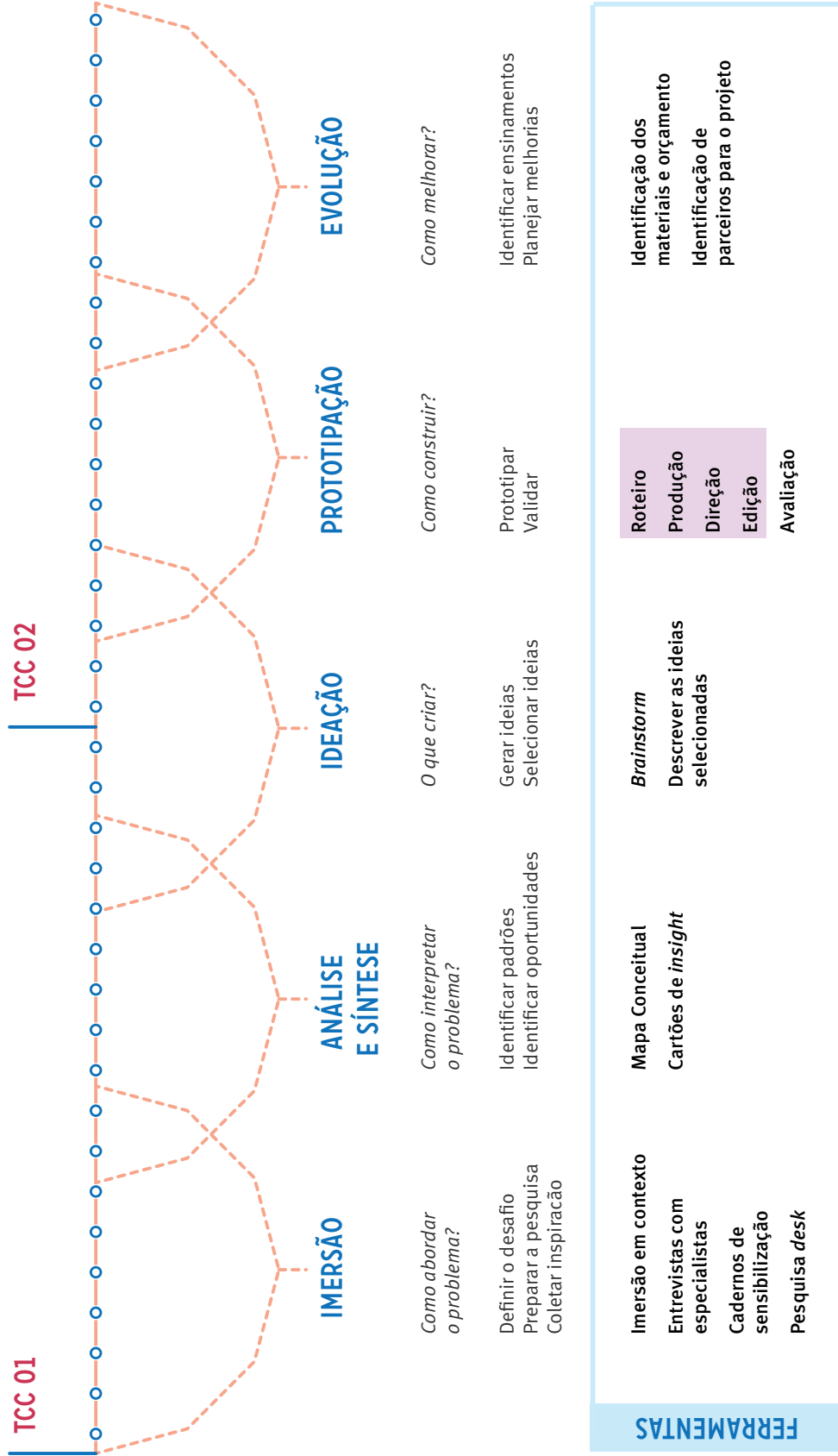


Figura 19: Etapas do projeto. Fonte: autora (2014).

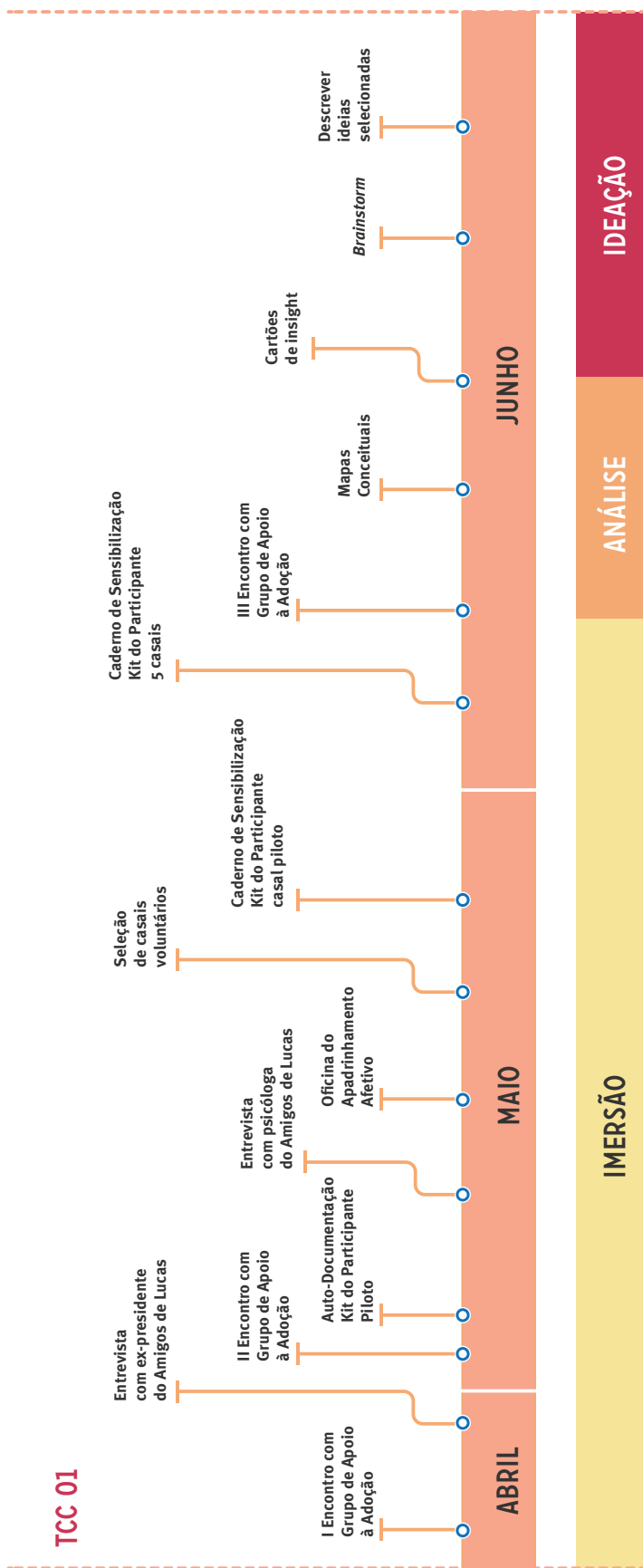


Figura 20: Cronograma TCC 1. Fonte: autora (2014).

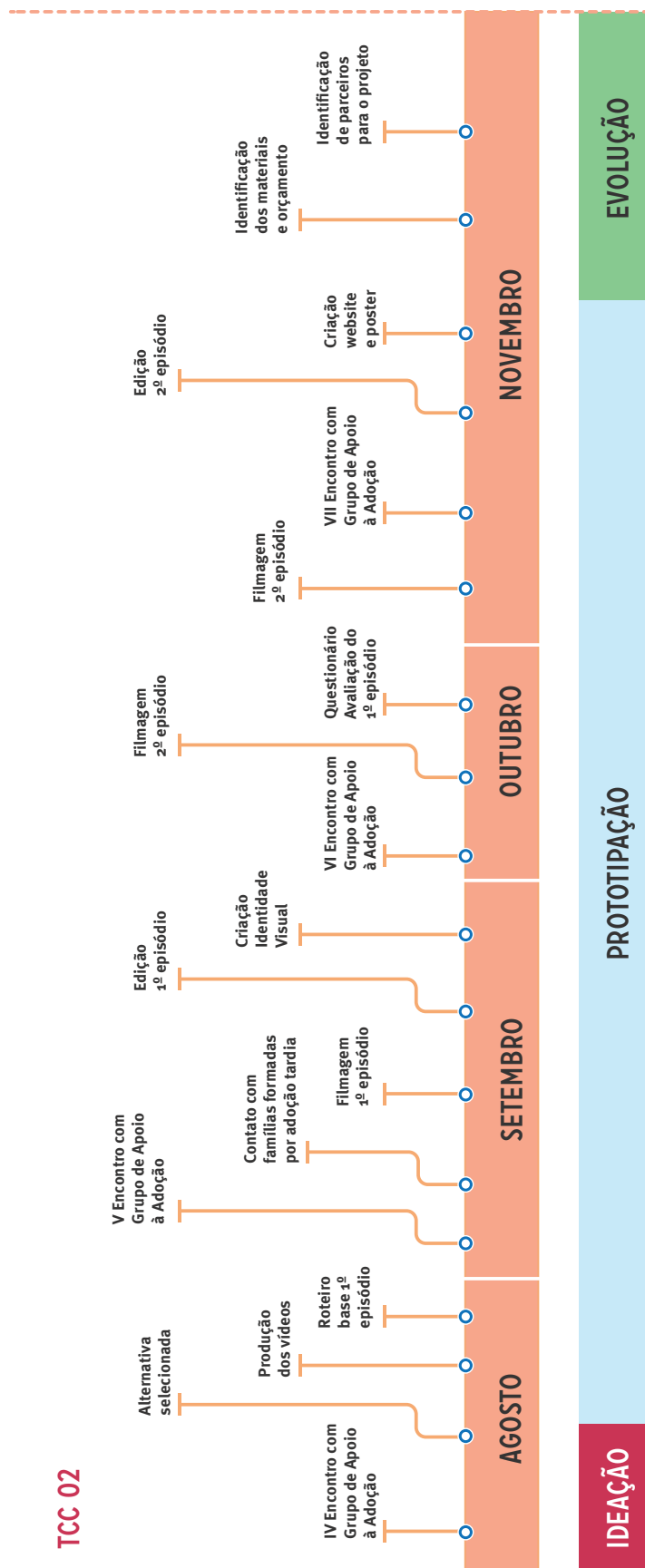
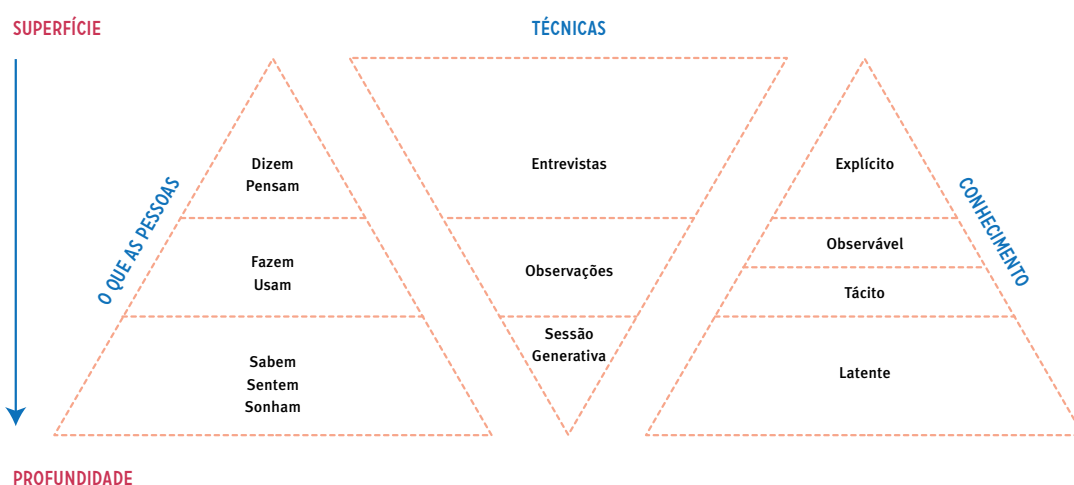


Figura 21: Cronograma TCC 2. Fonte: autora (2014).

### 3.1 IMERSÃO

A primeira fase objetiva a aproximação com o contexto do problema de projeto. Para Vianna et al. (2012), a fase de imersão (preliminar + profundidade) define o escopo do projeto, identifica os perfis de usuários e atores-chave. Além disso, essa etapa elabora o Plano de Pesquisa e define as técnicas que serão utilizadas para captar os anseios, as necessidades e os valores dos usuários em questão. O autor cita, entre as possíveis técnicas, entrevistas, sessões generativas e cadernos de sensibilização como alternativas de captar o contexto de uso dos produtos e serviços explorados. As técnicas são escolhidas em função do que se deseja obter para o projeto, como se pode ver na figura abaixo (SLEESWIJKVISSER et al., 2005 apud VIANNA et al., 2012).



**Figura 22:** Fonte: Sleeswijkvisser et al., 2005 apud Vianna et al., 2012. Adaptado pela autora.

As técnicas estão divididas de acordo com a profundidade do conhecimento que se espera obter com a pesquisa. Segundo Sanders (1999), em uma entrevista as pessoas revelam somente o que são capazes de expressar em palavras (conhecido como conhecimento explícito). Por isso, essa técnica só fornece informações que as pessoas desejam que o entrevistador saiba. O segundo nível de profundidade se refere à obtenção de informações a partir da observação do que as pessoas fazem e como usam os produtos (conhecimento observável). No entanto, informações sobre o que as pessoas dizem/pensam, fazem e usam (CAIN, 1998 apud SANDERS, 1999) não são suficientes (SANDERS, 1992 apud SANDERS, 1999).

Sanders (1999) afirma que é necessário entender o que as pessoas sentem para que possamos empatizar com o usuário. Essa maneira de se aproximar do usuário e do contexto no qual está inserido fornece conhecimento tácito ao projeto, o qual não pode ser facilmente traduzido em palavras (POLANYI, 1983 apud SANDERS, 1999). Ademais, a habilidade em desenvolver empatia pelas pessoas para as quais o projeto é desenvolvido, ocorre nos níveis mais profundos de expressão humana, por esse motivo são necessárias técnicas especiais para acessar tais níveis (SANDERS, 1999).

### **3.3.1 Ferramenta - Imersão em Contexto**

De acordo com o kit de ferramentas de design centrado no ser humano (IDEO, 2009) visitar as pessoas no seu local de trabalho, de moradia e de lazer ajuda a construir um entendimento do contexto no qual os usuários estão inseridos. Ao considerar uma abordagem centrada no ser humano o designer deve identificar as necessidades, barreiras e restrições através da perspectiva do usuário.

Imersão em contexto parte do princípio de que às vezes o que as pessoas dizem e pensam não é o que realmente fazem. Isto ocorre de maneira inconsciente e o objetivo não é repreender o usuário, mas sim incorporar mais informações ao projeto. Para o designer captar o que as pessoas realmente sentem é necessário a construção de uma relação de confiança para que se sintam seguras em compartilhar seus planos e sonhos para o futuro (IDEO, 2009).

### **3.3.2 Ferramenta - Entrevistas com Especialistas**

O contato com especialistas contribui fornecendo diferentes tipos de informações que podem ser sobre questões técnicas relacionadas ao projeto, questões sobre a história da comunidade ou questões sobre restrições legais as quais podem afetar o projeto. Deve-se considerar que às vezes especialistas podem expor teorias próprias e com isso direcionar o projeto. Desse modo, deve-se evitar pedir soluções aos especialistas e não considerar suas ideias como a única solução viável (IDEO, 2009).

### **3.3.3 Ferramenta - Cadernos de Sensibilização**

Os cadernos de sensibilização coletam informações sobre o universo do usuário com pouca interferência sobre suas ações. As respostas para as questões são relatadas pelo próprio usuário ao contrário de uma abordagem de observação direta e presencial. Os dados coletados são importantes para o entendimento de seus sonhos e expectativas (VIANNA et al., 2012).

Para aplicar essa ferramenta deve-se primeiro mapear o que se quer obter com o resultado da pesquisa, para depois formular os exercícios que serão realizados pelos usuários. Entre as possíveis atividades pode-se listar relatos de tarefas realizadas ao longo do dia e percepções sobre suas experiências, através de colagens, registros fotográficos, dentre outros (VIANNA et al., 2012).

O desenvolvimento dos cadernos de sensibilização para este projeto foi influenciado pelo Trabalho de Conclusão de Curso do designer Augusto Rückert, o qual utilizou o design participativo e o design crítico como metodologias. O autor utiliza sondas de design que se baseiam na inclusão do usuário por meio da auto-documentação e servem para captar o contexto no qual o usuário está inserido e suas percepções (RÜCKERT, 2013).

### 3.3.4 Ferramenta - Pesquisa *Desk*

De acordo com Vianna et al. (2012), a Pesquisa *Desk* é realizada de forma simultânea às outras atividades da etapa de imersão, e sua função é fornecer as referências das tendências na área, assim como, pesquisas de temas análogos que podem contribuir no entendimento do assunto trabalhado. A busca por informações dar-se-á em fontes diversas como websites, livros, revistas, blogs, entre outros. O nome *Desk* origina-se de *desktop*, pelo fato da maioria das pesquisas secundárias<sup>5</sup> serem realizadas em fontes seguras da internet (VIANNA et al., 2012). Essa pesquisa é útil na compreensão das fronteiras e perspectivas do tema abordado porque obtém informações que não são oriundas dos usuários ou atores envolvidos diretamente com o projeto (VIANNA et al., 2012).

O kit de ferramentas da IDEO (2009) acrescenta que a pesquisa de análogos beneficia o trabalho trazendo inspiração de diferentes áreas, e ajuda na abordagem do problema sob perspectivas diferentes. O kit também propõe que se observe experiências adjacentes à área do problema abordado e que tenham alguma conexão com o objetivo da pesquisa.

Tendo em vista o universo muito amplo de análogos relacionados ao tema deste TCC, selecionou-se no TCC1 apenas projetos em formato digital de modo a diminuir o universo focado. A medida que a etapa de prototipação no TCC2 evolui, surge a necessidade de análise de outros similares e de outras naturezas.

## 3.2 ANÁLISE E SÍNTESE

Essa etapa visa interpretar os dados provenientes das atividades realizadas na etapa anterior. Através de um conjunto de ferramentas, as informações coletadas são organizadas de diferentes maneiras para que oportunidades de design sejam identificadas. Esse processo de síntese da informação expõe direcionamentos para serem explorados na etapa de Ideação (IDEO, 2012). Após as atividades de imersão, os dados são sintetizados visualmente para que sirvam de insumo na fase de ideação (VIANNA et al., 2012).

### 3.2.1 Ferramenta - Mapa Conceitual

O mapa conceitual organiza visualmente os dados obtidos em diferentes níveis de profundidade e abstração. Além disso, a visualização gráfica permite a compreensão de informações complexas em seus diferentes níveis de profundidade de maneira rápida e holística (VIANNA et al., 2012).

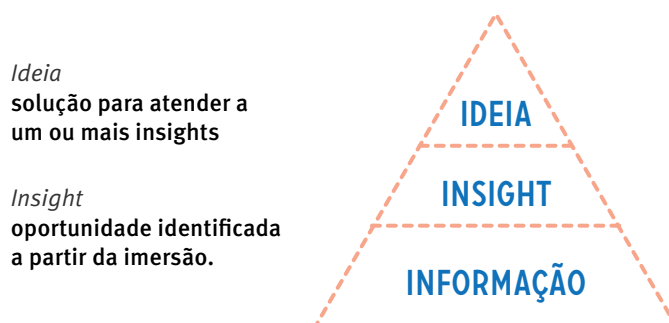
A criação do mapa conceitual tem início pela definição das palavras que elucidam o universo  
 .....

<sup>5</sup> Pesquisa Secundária. Pesquisa que é realizada com fontes de informação que já foram publicadas por terceiros. Por exemplo, quando se lê em uma revista, jornal ou na internet uma entrevista já realizada anteriormente (Vianna et al., 2012, p. 32).

central da pesquisa. Em seguida, deve-se criar uma frase que englobe a ação central e os atores envolvidos no tema. A partir dessa frase surgem desdobramentos e ramificações nas quais a informação é classificada (VIANNA et al., 2012).

### 3.2.2 Ferramenta - Cartões de *Insight*

Essa ferramenta objetiva a reflexão sobre os dados obtidos na fase de imersão por meio de cartões que facilitam a consulta e o manuseio. Esse modo de sintetizar informações é especialmente útil para identificar padrões e inter-relações dos dados, assim como para inspirar a geração de ideias na etapa de ideação. A figura 23 ilustra a inserção do *insight* como conector entre a informação e a ideia (VIANNA et al., 2012).



**Figura 23:** Fonte: Vianna et al., 2012. Adaptado pela autora.

A figura 24 ilustra o *layout* de cartão de *insight* que inclui os seguintes itens: título (sintetiza o achado); descrição do dado coletado na pesquisa e a fonte; desafio.

CARTÃO DE INSIGHT	
título	nº
tema:	
fato:	
fonte:	
desafio:	

**Figura 24:** Layout do cartão de *insight*. Fonte: Vianna et al (2012). Adaptado pela autora.



### 3.3 IDEIAÇÃO

A fase de ideação objetiva gerar ideias inovadoras através do uso das ferramentas de síntese criadas na fase anterior. É importante que pessoas com diferentes perfis participem no processo de geração de ideias, assim como, aqueles que o projeto objetiva servir e especialistas da área do tema. Ademais, o envolvimento de diferentes expertises contribui para a criação de uma solução final mais rica e assertiva (VIANNA et al. 2012).

#### 3.3.1 Ferramenta - *Brainstorming*

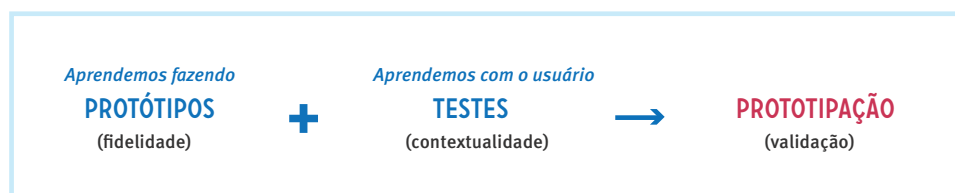
O início da fase de ideação dar-se pela realização de um *Brainstorming* (ou outra técnica de geração de ideias) entre a equipe do projeto sobre o tema em foco. Logo após, outras sessões de geração de ideias são organizadas com usuários ou equipe da empresa contratante, dependendo da natureza do projeto.

Tendo em vista os limites de tempo deste TCC e viabilidade de reunir todos os envolvidos que o projeto visa atender em um *workshop*, optou-se em realizar uma sessão de *brainstorm* individual, e em seguida, descrição das ideias mais viáveis. Ao decorrer da fase de prototipação os pretendentes à adoção, juntamente com pais por adoção tardia e os especialistas serão consultados em relação as alternativas selecionadas.

### 3.4 PROTOTIPAÇÃO

A etapa de prototipação visa auxiliar na validação das ideias geradas e pode ocorrer em paralelo com as fases anteriores: imersão, análise e síntese, e ideação. O protótipo é a tangibilização de uma ideia, a passagem do abstrato para o físico de forma a representar a realidade - mesmo que simplificada - e propiciar validações” (VIANNA et al. 2012, p. 122).

A realização de um protótipo é positiva para a equipe e para o usuário. No processo de dar forma física à ideia é preciso que a equipe desenvolva a proposta com nível suficiente de detalhe para sua realização. Ao mesmo tempo, a interação do usuário com o modelo criado propicia o surgimento de novas ideias que vão contribuir para a evolução e aperfeiçoamento do projeto. A figura 25 (p. 82) ilustra os dois componentes da prototipação (VIANNA et al. 2012).



**Figura 25:** Dois componentes da prototipação. Fonte: Vianna et al., 2012. Adaptado pela autora.

Os protótipos podem ser classificados em três níveis de fidelidade: baixa, representação conceitual; média, representação de atributos da ideia; alta, representação mais equivalente possível da ideia. Em relação aos testes, esses podem envolver ou não os usuários finais e podem ocorrer em um laboratório ou no ambiente real no qual o produto ou serviço será utilizado. Com base nessas variáveis é possível classificar o nível de contextualidade do teste em: restrito, realizado em ambiente controlado; geral, qualquer usuário e qualquer ambiente; parcial, usuário final ou ambiente de real de uso; total, usuário final e ambiente real de uso do produto (VIANNA et al. 2012).

A natureza do protótipo varia de acordo com o tipo de solução a ser avaliada. Por isso, pode ser um protótipo de uma interface gráfica para um aplicativo móvel ou de um serviço de compra de passagem aérea (VIANNA et al. 2012). No caso do presente trabalho, a proposta de criação de uma série de episódios sobre adoção tardia, conduziu à produção, direção e edição de filmes que foram aprimorando-se técnico e estruturalmente ao longo do processo.

### 3.5 EVOLUÇÃO

A maioria das ideias não são possíveis de incluir em único e primeiro protótipo. Por isso a etapa denominada evolução compreende o processo de iteração da ideia por meio de atividades de avaliação (ACUMEN, 2014).

#### 3.5.1 Ferramenta - Identificação dos Materiais e Orçamento

A listagem dos materiais e equipamentos que são necessários para a criação de futuros protótipos contribui para o planejamento e organização do projeto. Assim como elaborar um orçamento com base nessa lista possibilita que o projeto seja apresentado para futuros apoiadores e investidores (ACUMEN, 2014).

#### 3.5.2 Ferramenta - Identificação de Parceiros para o Projeto

Buscar apoiadores e parcerias por meio de contato com familiares, rede de amigos e comunidade. Identificar o perfil de profissionais que contribuiriam para o projeto e procurar por organizações que se interessariam em investir e se envolver no projeto. Para isso, deve-se escolher uma

forma de apresentação do projeto que evidencie o potencial da solução proposta. Essa escolha depende novamente da natureza do projeto, e podendo ser desde um documento, imagens, ou vídeo (ACUMEN, 2014).



## 4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

Este capítulo apresenta o desenvolvimento do projeto de acordo com os procedimentos metodológicos descritos no capítulo anterior.

### 4.1 IMERSÃO

Nessa seção descreve-se quatro ferramentas utilizadas nessa etapa: pesquisa *desk*, imersão em contexto, entrevistas com especialistas e cadernos de sensibilização.

#### 4.1.1 Pesquisa *Desk*

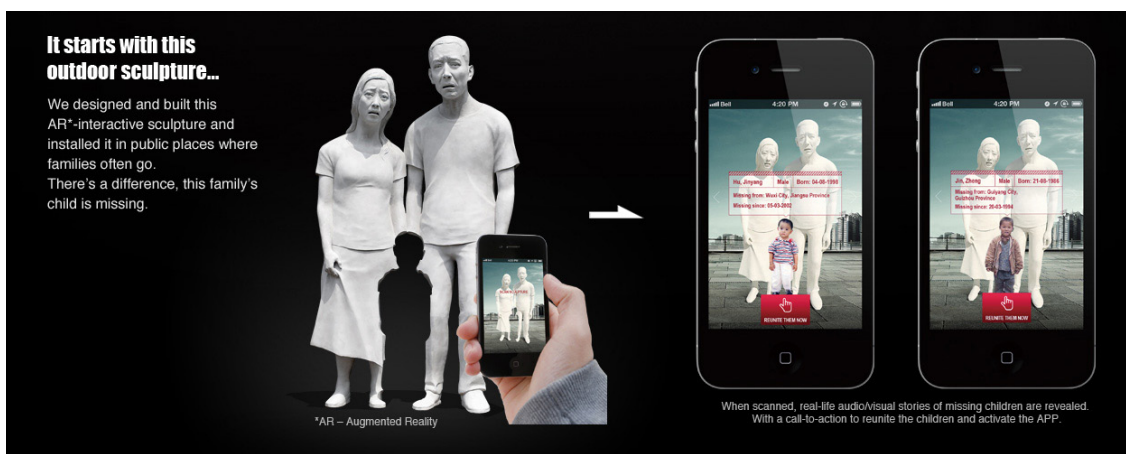
Nessa seção são apresentados projetos que visam a sensibilização dos usuários em prol de diferentes causas.

##### 4.1.1.1 Aplicativo *Missing Child*

Atualmente a população da China supera 1,4 bilhão e estima-se que mais de 20.000 crianças são sequestradas por ano. Essas crianças são vendidas para o trabalho escravo, prostituição ou obrigadas a pedir esmola nas ruas. As famílias têm poucas chances de reencontrar suas crianças em um país grande e populoso (TAKE, 2012).

O objetivo da campanha “*Take a photo. Save a stolen child*” é engajar voluntários que possam através de seus *smartphones* denunciar crianças em situação irregular. O aplicativo compara as fotos enviadas pelos voluntários com o banco de dados de crianças desaparecidas. Por meio da tecnologia de reconhecimento facial o aplicativo *Missing Child* reúne famílias (TAKE, 2012).

Para divulgar o lançamento do aplicativo, esculturas (figura 26, p. 86) foram instaladas em locais movimentados das cidades. Quando o código QR (código de barras bidimensional) é escaneado pelos celulares, aparecem histórias de pais que procuram seus filhos e um convite para baixar o aplicativo e ajudar nessa causa. Durante a campanha 8.660 crianças foram resgatadas, não há o número específico de quantas foram encontradas através desse aplicativo (TAKE, 2012).



**Figura 26:** Escultura da campanha “Take a photo. Save a stolen child”. Fonte: Take, 2012.

Ao analisar essa proposta, verifica-se que o aplicativo cumpre o seu objetivo principal, facilitar a identificação de crianças. A utilização de esculturas, com forte apelo emocional, mostrou-se uma opção criativa de chamar a atenção para um problema social, e ao mesmo tempo, uma forma de chamar voluntários.

#### 4.1.1.2 Campanha Food Revolution

O chef de cozinha inglês, Jamie Oliver, desenvolve vários projetos em prol de uma alimentação saudável. O evento *Food Revolution Day* ocorre anualmente e a cada ano com um tema diferente. O objetivo da campanha em 2014 (realizada no mês de maio) foi conscientizar as crianças sobre o ato de cozinhar. Para isso, Jamie Oliver convida por meio de um vídeo que as pessoas programem atividades culinárias que envolvam crianças, e compartilhem fotos nas redes sociais. O site da campanha (figura 27, p. 87) oferece uma série de materiais de suporte e de divulgação do evento (posters, web banners, dicas). Em 2014, registrou-se a participação de 121 países (FOOD REVOLUTION DAY, 2014).

O evento obteve sucesso, e pode-se destacar três aspectos que ajudaram na divulgação: Jamie Oliver pode ser considerado um formador de opinião que transmite credibilidade ao evento; identidade visual consistente do *website*; plano de divulgação em redes sociais.

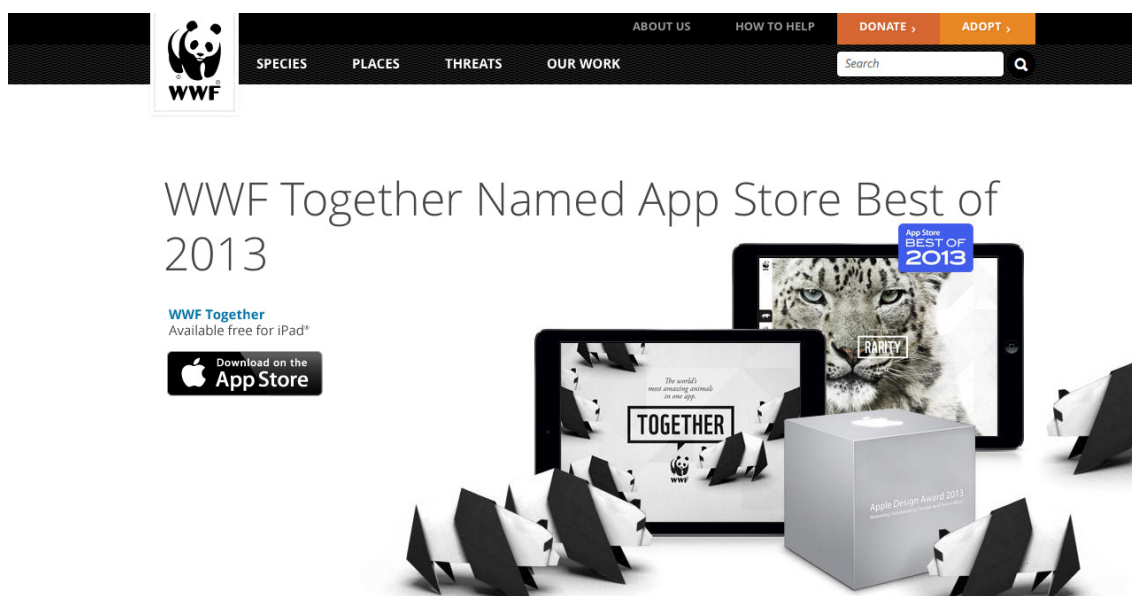


Figura 27: Captura de tela do *website* [www.foodrevolutionday.com](http://www.foodrevolutionday.com) (2014).

#### 4.1.1.3 Aplicativo WWF Together

O objetivo do aplicativo é divulgar espécies ameaçadas de extinção, e assim, ajudar a divulgar o trabalho da WWF. O aplicativo *Together* (figura 28, p. 88) recebeu uma série de prêmios entre eles destaque de interatividade e experiência do usuário. Isso porque, explora diferentes recursos em cada sessão e simula habilidades de outros animais.

Pode-se destacar como pontos fortes: identidade visual consistente, uso de imagens de alta qualidade, alternância de recursos visuais (vídeos, imagens, gráficos). Sendo assim, a informação sobre esses animais ameaçados em extinção é difundida de uma forma que capta a atenção do usuário e ao mesmo tempo divulga o esforço da organização em proteger essas espécies.



**Figura 28:** Captura de tela do *website* [www.worldwildlife.org](http://www.worldwildlife.org) (2014).

#### 4.1.1.4 Curta Removed

Removed é um curta do diretor Nathanael Matanick lançado em 2013 nos Estados Unidos para conscientizar e ser utilizado como ferramenta no treinamento de famílias acolhedoras. Removed conta a jornada de uma menina retirada de sua casa e realocada em famílias acolhedoras. A narrativa ilustra os desafios emocionais de crianças que são retiradas de suas famílias biológicas e precisam aprender a lidar com sentimentos de medo, raiva, tristeza e esperança (HESCHLE, 2013).

O curta recebeu prêmios em vários festivais entre eles: 168 Film Festival, Enfoque Film Festival e Santa Barbara Independent Film Festival. Esse sucesso impulsionou a gravação da continuação, Removed parte II, o qual está em fase de produção e conta com uma campanha para financiamento coletivo. Além disso, o curta está disponível para *download* na plataforma para compartilhamento de vídeos *online* Vimeo, acessível a todos que se interessem em utilizar o filme em treinamento de futuras famílias acolhedoras.

Removed é um documentário sobre a situação de assistência social nos Estados Unidos que utiliza atores para ilustrarem a realidade. O roteiro e a dedicação de profissionais de diferentes áreas produziram um projeto de alto impacto emocional. Além disso, outros fatores colaboraram para o resultado profissional do curta: trilha sonora original, imagem filmada com câmera RED 5K, e áudio gravado em estúdio.

Não existe diálogos diretos, todas as falas são narradas pela personagem principal como seus pensamentos. A gravação de áudio em estúdio diminui o tempo de edição e evita as dificuldades de captação de som no local. A figura 29 na página seguinte ilustra a proporção de tela de 2.35



(cinemascope) e o curta tem versão em alta resolução (1080p). O curta está disponível nas plataformas do Youtube Vimeo assim como também dispõe de *website* próprio.



**Figura 29:** Quadro inicial do curta *Removed*. Fonte: <https://vimeo.com/73172036> (2014).

#### 4.1.1.5 Projeto Archibald

Projeto Archibald estimula famílias do Estados Unidos a adotar crianças órfãs de outros países. O projeto divulga no seu *website* uma série de vídeos com as famílias que optaram pela adoção internacional. De maneira geral os vídeos mostram a rotina familiar, depoimentos com os pais e filhos por adoção. No entanto, o roteiro se adapta à história de cada família, ou seja, a narrativa e a linguagem visual são flexíveis.

Os vídeos variam de três a cinco minutos e são filmados no ambiente familiar, com cenas internas e externas e algumas vezes acompanhando a família na viagem para buscar o filho. As imagens são estáveis nas cenas de entrevista na qual a câmera permanece em um tripé, no entanto a maioria das cenas exteriores foram gravadas sem suporte adequado para a câmera e apresentam tremor característico de quando o equipamento é segurado com as mãos.

A proporção de tela é de 16:9 e os vídeos tem versão de alta resolução (HD). Os vídeos estão disponíveis no canal próprio no Vimeo e no *website* do projeto.

A figura 30 (p. 90) ilustra a composição da cena de entrevista do vídeo sobre a família Ivey. Os entrevistados não fazem contato direto com a câmera e mantém contato com o entrevistador. Porém o entrevistador aparenta estar em um nível mais alto do que a câmera, o que faz o casal olhar para o canto superior da imagem. Como já mencionado a composição das cenas de entrevistas não é consistente no próprio vídeo e no conjunto de episódios.



**Figura 30:** Quadro do vídeo da família Ivey do Archibald Project. Fonte: <https://vimeo.com/58418675> (2014).

#### 4.1.1.6 Campanha Adoção, Laços de Amor

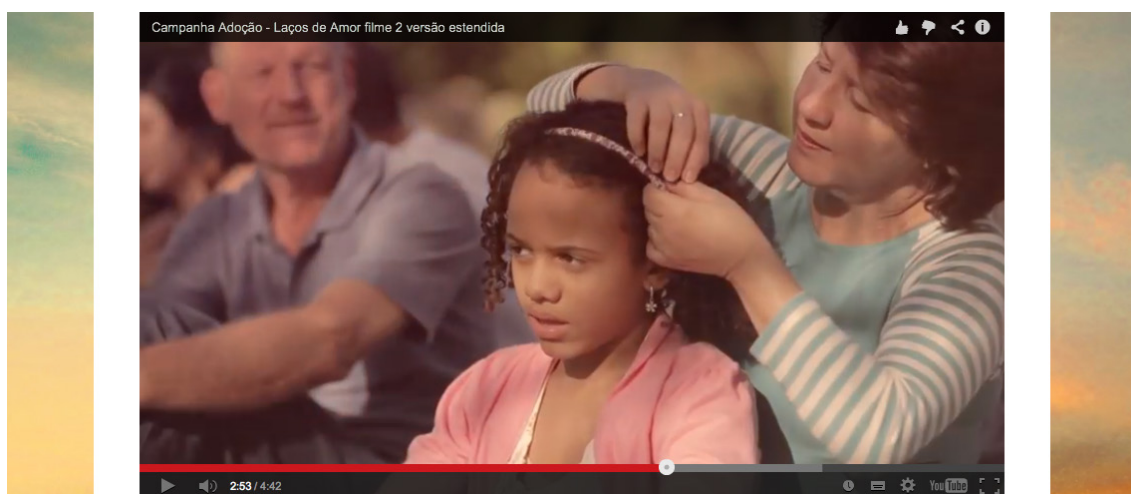
Essa campanha foi lançada em 2011 em Santa Catarina através de uma parceria entre Assembleia Legislativa, Ministério Público, Ordem dos Advogados do Brasil e Tribunal de Justiça, via Corregedoria Geral e Justiça. O objetivo é a redução do número de crianças e adolescentes acolhidos em instituições do Estado. Para isso foi criada uma campanha para sensibilização social por meio da divulgação de histórias reais de pais que adotaram crianças maiores e adolescentes (ADOÇÃO LAÇOS DE AMOR, 2011).

Embora a campanha vise a adoção tardia, uma das famílias apresentadas não se enquadra nessa proposta. O roteiro se adapta à história de cada família, mas no geral pode-se dizer que existe uma valorização dos vínculos afetivos criados entre pais e filhos. A trilha sonora é instrumental. No geral, todos os vídeos seguem a mesma linguagem visual, isso pode ser inferido por dois aspectos principais que são consistentes na série de episódios: balanço de brancos (ajuste de cor realizado de acordo com a fonte de luz) e composição da cena (enquadramento e ângulo da câmera).

Cada vídeo tem duas versões, uma de um minuto de duração e a versão estendida entre quatro e seis minutos. A proporção de tela é de 16:9 (figura 31) e a melhor qualidade de imagem é de 480 pixels de altura. Os vídeos estão disponíveis no *website* da campanha e no Youtube. Alguns vídeos apresentam legenda embutida, e outros só é possível o apoio de legenda automática do Youtube, que apresenta erros graves de transcrição.

Em relação aos aspectos técnicos da filmagem, as imagens em movimento foram gravadas com equipamento adequado do tipo *steadycam* (suporte para câmera) pois não apresentam tremor característico de quando a câmera é suportada com as mãos. Em alguns momentos a exposição

da imagem não foi correta e ocorre a perda de informação dos pixels, conhecida com super exposição.



**Figura 31:** Quadro do vídeo da campanha “Laços de Amor”. Fonte: <http://www.portaladocao.com.br/a-campanha/> (2014).

#### 4.1.2 Imersão em Contexto

O Instituto Amigos de Lucas foi escolhido para realizar a “imersão em contexto” por ser uma organização local que possui relevância no âmbito nacional como defensora dos direitos de crianças e adolescentes. O Instituto Amigos de Lucas é uma organização não-governamental fundada em 1998, em Porto Alegre. Sua missão institucional é garantir o direito de toda criança de viver em família. Em 1999, o Instituto criou o primeiro Grupo de Apoio à Adoção do Rio Grande do Sul, onde pais adotivos e candidatos à adoção se reúnem para discutir a respeito de uma nova perspectiva de maternidade e paternidade (INSTITUTO AMIGOS DE LUCAS, 2014).

##### 4.1.2.1 Encontros do Grupo de Apoio à Adoção

Os Grupos de Apoio à Adoção oferecem suporte e um ambiente para troca de experiências entre pretendentes à adoção, familiares e simpatizantes da causa. Os encontros são momentos para compartilhar as expectativas, angústias, dúvidas e dificuldades durante o processo de adoção entre os pretendentes em processo de habilitação e/ou que aguardam na fila do Cadastro Nacional de Adoção. Assim como, pais adotivos também participam das reuniões e relatam suas experiências sobre o período de adaptação, convívio com a família e dificuldades da paternidade/maternidade no cotidiano.

Os encontros do Grupo de Apoio à Adoção organizados pelo Instituto Amigos de Lucas são realizados mensalmente, no primeiro sábado de cada mês, na Instituição de Acolhimento Pão dos Pobres de Porto Alegre. As reuniões são abertas ao público sem necessidade de cadastramento prévio e a média de participação é de 35 pessoas por reunião, formada por pretendentes à

adoção em processo de habilitação, em aguardo na fila do Cadastro Nacional de Adoção, pais adotivos, familiares e interessados em adoção.

A sistemática do encontro funciona de modo flexível de acordo com o seguinte formato:

- 9:00 Chegada dos participantes;
- 9:30 Início da reunião;
- 10:30 - 11:00 Apresentação dos participantes;
- 11:00 - 11:30 Fala sobre o tema da reunião realizada por um dos organizadores do Instituto Amigos de Lucas;
- 11:30 - 12:00 Discussão aberta sobre o tema da reunião.



**Figura 32:** Encontro do Grupo de Apoio à Adoção em abril de 2014. Foto da autora (2014).

Para este TCC, participa-se das reuniões desde abril de 2014 com o objetivo de acompanhar as dúvidas, angústias e desejos dos pretendentes. Inclusive, esse envolvimento mensal possibilitou a criação de vínculo com alguns participantes, os quais participaram da pesquisa e responderam o Kit de Sensibilização.

Em geral, o ambiente das reuniões é descontraído (sem formalidades), positivo e com uma alta carga emocional. Cada participante tem a oportunidade de se apresentar e fazer um breve relato do porquê resolveu participar do Grupo e como soube da sua existência. A duração desse relato varia de acordo com as características individuais de cada participante. Alguns são mais tímidos ao expor suas motivações e anseios; em compensação, outros participantes compartilham um universo de dúvidas e preocupações. Em geral, a duração dessa parte da reunião excede o tempo estipulado pelos organizadores.

Pode-se classificar os participantes em três níveis de experiência/conhecimento em relação ao processo de adoção. O primeiro grupo é formado pelos participantes que estão iniciando no grupo, ainda não encaminharam o processo de adoção, pois estão reunindo os documentos necessários, definindo o perfil da criança desejada, conversando com a família ou simplesmente

amadurecendo a ideia de optar por um filho por adoção. O segundo grupo é formado pelos participantes habilitados que aguardam na fila do Cadastro Nacional de Adoção, esses são caracterizados por outras preocupações, por exemplo, a espera da ligação do fórum, possibilidade de redefinir o perfil da criança. O terceiro grupo de participantes é formado pelos pais adotivos convencionais ou tardios que compartilham suas experiências. Esse grupo é caracterizado pela maior tranquilidade na fala e a sensibilidade de revelar fatos do cotidiano que ajudam a atenuar as inseguranças dos dois grupos citados anteriormente.

A postura dos organizadores é sempre muito aberta para discussão dos tópicos relacionados aos desafios da convivência familiar. Há também, um grande esforço por parte desses na sensibilização dos pretendentes à adoção em relação a realidade das crianças aptas à adoção. Reforçam assim, os dados apresentados na fundamentação teórica, o número de crianças na faixa etária 0 a 3 anos constitui uma minoria e ao definir como perfil de criança desejada 0 a 1 ano, o tempo de espera para um bebê pode se prolongar até 8 anos. Desse modo, apresentam a importância de ampliar o perfil e também de aceitar irmãos.

Conforme as últimas alterações na legislação, atualmente os juízes procuram não separar grupos de irmãos. Em caso de grupos de quatro ou mais, o juiz opta por alocar em duplas, definidas pela afinidade entre os irmãos. As famílias se comprometem a manter o vínculo entre os irmãos propiciando momentos de encontro. Por isso, algumas crianças mesmo na faixa etária de 0-3 anos têm dificuldade de serem alocadas em uma família substituta por fazerem parte de um grupo de irmãos ou por terem um irmão maior de cinco anos.

Na reunião de abril foi realizada somente coleta de informações e contato com os diretores do Instituto Amigos de Lucas. No encontro seguinte foi distribuído o kit do Participante Piloto (descrito no item 4.1.4.1 Kit do Participante Piloto). Em junho foi distribuído o kit do Participante (descrito no item 4.1.4.2 Kit do Participante). Não houve encontro do Grupo em julho, e nas reuniões de agosto e setembro foi realizada a divulgação do projeto (descrita na seção 4.1.3 Produção). A participação foi parcial nas reuniões dos meses de outubro e novembro, tendo em vista que foram realizadas as gravações do vídeo e sessão de fotos com as famílias no pátio da Fundação O Pão dos Pobres.

#### *4.1.2.2 Oficina do Programa de Apadrinhamento Afetivo*

O Programa de Apadrinhamento Afetivo (PAA) proporciona convivência familiar, com padrinho ou madrinha, para aquelas crianças institucionalizadas com poucas chances de serem adotadas (maiores de 5 anos) ou não destituídas de suas famílias. Os candidatos a padrinho ou madrinha afetiva são selecionados e devem participar de oficinas preparatórias. Além disso, deve haver uma diferença de 16 anos entre padrinho/madrinha e afilhado(a) e os candidatos no Rio Grande do Sul não podem estar cadastrados para adoção, mas em outros estados essa situação é permitida (APADRINHAMENTO AFETIVO, 2012).

O objetivo desse Programa é a criação de vínculos afetivos individualizados entre o afilhado e padrinhos, possibilitando à criança e/ou adolescente abrigado ter uma referência na qual possa confiar e que lhe estimule o seu desenvolvimento. As oficinas preparatórias promovidas pelo Instituto Amigos de Lucas são realizadas no Ministério Público de Porto Alegre, e a cada encontro diferentes tópicos são abordados. Também há participação de padrinhos afetivos relatando suas experiências.

A participação nessa oficina foi interessante para diferenciar o papel de um padrinho/madrinha afetivo de um pai/mãe adotivo. Contudo, as dificuldades enfrentadas numa relação de apadrinhamento são similares às dificuldades enfrentadas na adoção de uma criança. Isto é, a criação de vínculo e a definição de limites são desafios presentes em ambas relações.



**Figura 33:** Oficina do Apadrinhamento Afetivo em maio de 2014. Foto da autora (2014).

#### 4.1.3 Entrevistas com Especialistas

Durante o período do TCC 1 foram realizadas duas entrevistas com especialistas. A primeira entrevista foi realizada com a ex-presidente do Instituto Amigos de Lucas, Ana Algorta (informação verbal)<sup>6</sup> que relatou a importância da desmistificação da adoção “Essa pra mim é a grande mudança que deve existir nas pessoas, porque nós sabemos que criança institucionalizada ou abandonada cresce com o estigma do abandono. [...] As pessoas olham pra aquelas crianças como seres alheios a nossa realidade”. Por isso, Algorta ressalta que se deve incluir a conscientização da sociedade como um todo em relação aos direitos da criança e do adolescente, e não focar somente nos pretendentes à adoção.

Em relação às motivações para adotar uma criança, a psicóloga Lizianne Cenci relata (informação

.....  
<sup>6</sup>Entrevista concedida por ALGORTA, Ana. **Entrevista I.** [abr. 2014]. Entrevistador: Simone Uriartt. Porto Alegre, 2014. 1 arquivo .mp3 (22 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice A deste Trabalho de Conclusão de Curso.

verbal)<sup>7</sup> “Uma vez eu dizia assim ‘a pessoa tem que ser meio egoísta, ela tem que querer o seu filho’. Não pode só querer fazer o bem, pode fazer o bem indiretamente porque está adotando uma criança que precisa de uma família. Mas a motivação tem que ser essa, de ter um filho”. Logo, o ponto central da adoção é a construção de uma família e essa ideia deve estar bem clara para os pretendentes.

#### 4.1.4 Cadernos de Sensibilização - Kit do Participante

Esta seção apresenta os cadernos de sensibilização desenvolvidos especialmente para entender o universo dos pretendentes à adoção. Essa ferramenta foi aplicada primeiramente em um único casal (piloto) para identificar possíveis erros. A partir da avaliação do piloto, algumas perguntas foram modificadas e em seguida o kit do participante foi distribuído para os participantes finais.

O projeto gráfico do kit priorizou facilitar o preenchimento das questões por parte dos pesquisados. No início de cada sessão elementos gráficos destacavam o tópico e material sugerido para seu preenchimento. O panorama do projeto gráfico do caderno de respostas consta no Apêndice C – Projeto Gráfico do Kit do Participante (p. 156).

A identidade dos participantes foi preservada e por isso, os pretendentes são denominados pela inicial do seu nome e um número a seguir que indica o casal<sup>8</sup>. No caso do piloto, somente pelo caráter “p”.

##### 4.1.4.1 Kit do Participante Piloto

Os enunciados e compilação das respostas constam no Apêndice B - Cadernos de Sensibilização - Kit do Participante Piloto (p. 151).

Os participantes do kit piloto são pretendentes à adoção contatados na reunião do Grupo de Apoio:

- L.p: pedagoga, 31 a 35 anos, processo de habilitação para adoção não iniciado;
- C.p: bancário, 31 a 35 anos, processo de habilitação para adoção não iniciado;

---

<sup>7</sup> Entrevista concedida por CENCI, Lizianne. **Entrevista II**. [mai. 2014]. Entrevistador: Simone Uriartt. Porto Alegre, 2014. 1 arquivo .mp3 (13 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice A deste Trabalho de Conclusão de Curso.

<sup>8</sup> Os participantes e entrevistados neste TCC assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Os termos serão incluídos no final do TCC2 no Apêndice E - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (p. 172).



**Figura 34:** Kit retomado do participante piloto. Foto da autora (2014).

#### 4.1.4.2 Kit do Participante

O caderno de sensibilização foi elaborado com base no piloto e nas sugestões dos participantes. Após a experiência com o piloto, detalhes do projeto gráfico foram reposicionados, tendo em vista oferecer uma maior clareza em relação aos campos de preenchimento. As atividades apresentadas no piloto foram mantidas e duas questões foram incluídas: uma em relação ao perfil da criança pretendida e outra sobre as expectativas em relação à criança. Também foi incluída no final do caderno perguntas sobre a percepção do kit. Os enunciados, e a compilação das respostas podem ser vistos no Apêndice D – Compilação dos Dados Textuais e Gráficos do Kit do Participante (p. 158).

O projeto gráfico do kit priorizou facilitar o preenchimento das questões por parte dos pesquisados. No início de cada sessão elementos gráficos destacavam o tópico e o material sugerido para seu preenchimento. A figura 35 ilustra todos os componentes do kit: lápis, canetas, adesivos, figuras em papel e cola bastão. O panorama do projeto gráfico do caderno de perguntas consta no Apêndice C – Projeto Gráfico do Kit do Participante (p. 156).





**Figura 35:** Kit do participante reformulado após o piloto. Foto da autora (2014).

Foi estabelecido o período mínimo de uma semana para o preenchimento do kit. Dos cinco casais participantes, somente um conseguiu finalizar no tempo estipulado. Dois casais necessitaram duas semanas para o término, um casal requisitou três semanas, para o término e houve o extravio de dois kits por parte de um dos casais. Todos os participantes alegaram dificuldades não relacionadas ao kit para o término. O caso do extravio ocorreu porque os participantes se emocionaram durante a primeira participação no Grupo de Apoio e esqueceram no local após o final da reunião.

Os kits foram aplicados em oito pretendentes à adoção (quatro casais), todos participantes do Grupo de Apoio, sendo quatro homens e quatro mulheres:

- A.1: jornalista, 36 a 40 anos, habilitado para adoção;
- T.1: empresária, 36 a 40 anos, habilitado para adoção;
- L.2: eng. civil, 31 a 35 anos, habilitado para adoção;
- N.2: contadora, 31 a 35 anos, habilitado para adoção;
- A.3: professora, 41 a 45 anos, em processo de habilitação;
- F.3: empresário, 36 a 40 anos, em processo de habilitação;
- S.4: contadora, 36 a 40 anos, em processo de habilitação;
- A.4: técnico contábil, 36 a 40 anos, em processo de habilitação;

## 4.2 ANÁLISE E SÍNTESE

Nessa sessão são descritas as ferramentas utilizadas para análise e identificação de relações entre as informações coletadas na fase anterior.

### 4.2.1 Mapa Conceitual

A partir das informações coletadas nas atividades de imersão em contexto (Grupo de Apoio e oficina do Programa de Apadrinhamento Afetivo) foram transcritos em *post-its* e agrupados por tema. A figura 36 (p.99) ilustra os dados referentes ao universo do pretendente à adoção.



Figura 36: Mural com *post-its*. Fonte: autora (2014).

Em seguida, os dados do mural foram transferidos para um mapa conceitual. No mapa (figura 37, p.100) “Universo do Pretendente à Adoção” são identificados três momentos principais: tomada de decisão; encaminhamento do processo; e chegada da criança. O mapa auxilia a etapa de ideação, na qual propostas são criadas com o intuito de suprir as dificuldades presentes nesses três momentos.

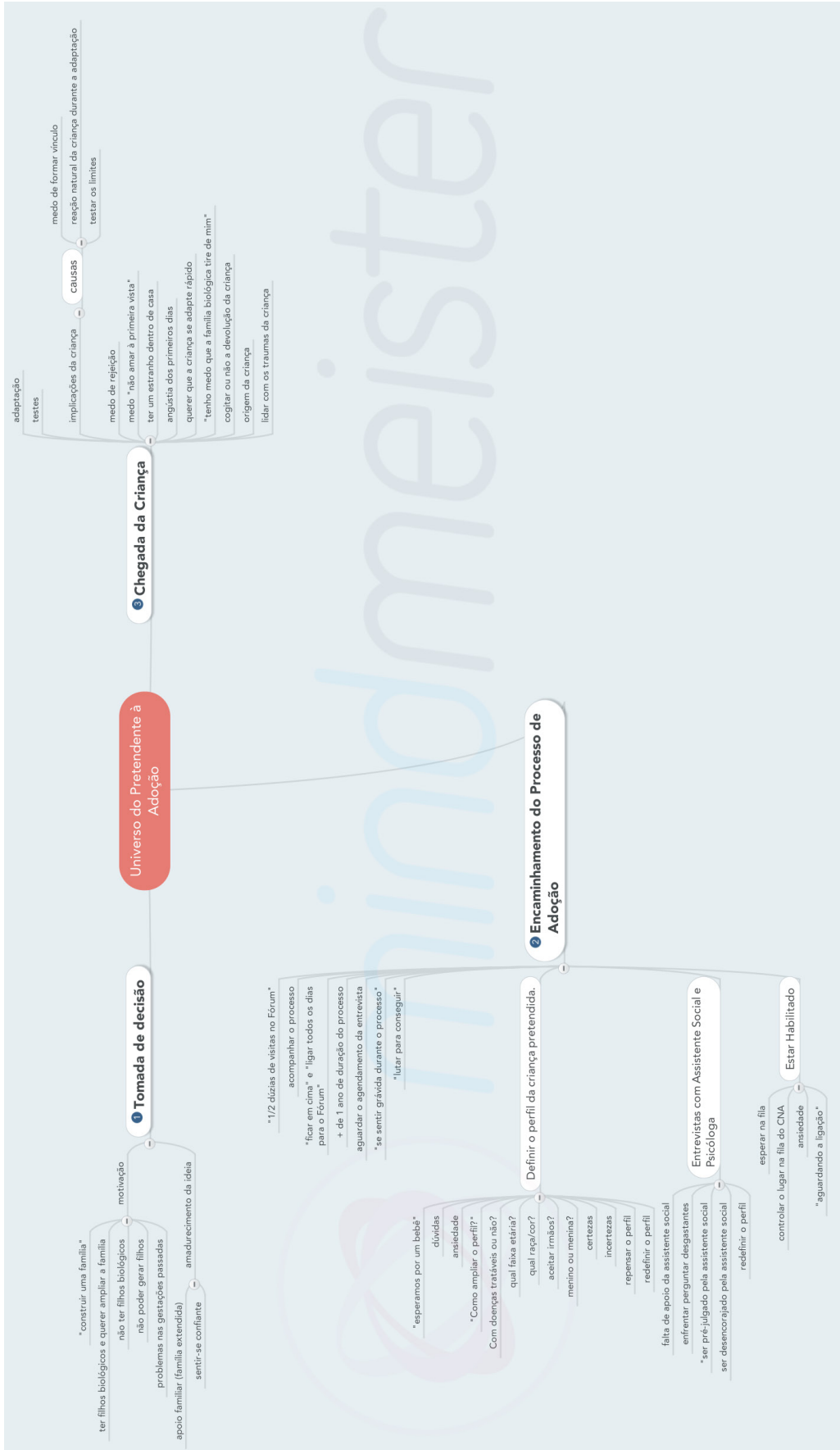


Figura 37: Mapa conceitual. Fonte: autora (2014).

#### 4.2.2 Cartões de *Insight*

Conforme a participação nos encontros do Grupo de Apoio e entrevista com especialistas, os dados coletados foram organizados nos cartões de *insight*. A utilização dos cartões contribui na visualização das questões mais importantes coletadas na fase de imersão. A etapa seguinte de ideação, procura gerar ideias que solucionem os desafios descritos nos cartões de *insight*. O conteúdo dos cartões de *insight* encontra-se na íntegra na tabela abaixo.

nº	título	tema	fato	fonte	desafio
1	Decisão do perfil	Perfil da Criança	Preenchimento obrigatório do perfil da criança pretendida no processo gera incertezas nos pretendentes.	Grupo de Apoio	Como poderíamos ajudar os pretendentes a definirem o perfil da criança pretendida?
2	Redefinir o perfil	Perfil da Criança	Pretendentes se deparam com a vontade e necessidade de mudar o perfil, mas não sabem exatamente como fazê-lo.	Grupo de Apoio	Como poderíamos informar aos pretendentes que eles podem mudar o perfil da criança em qualquer momento, durante o processo?
3	Ser desencorajado	Motivação	Muitos pretendentes estão confiantes em relação a opção de adota, mas mesmo assim o processo judicial é desgastante.	Grupo de Apoio	Como poderíamos encorajar os pretendentes para que não desistam do processo?
4	Insistência	Motivação	Pretendentes são desestimulados quando recebem uma má avaliação na entrevista com psicóloga e assistente social.	Grupo de Apoio	Como poderíamos encorajar esses pretendentes a não desistirem do processo?
5	1ª Prova de Fogo	Processo/ Entrevistas	Muitos pretendentes têm dúvidas em como se comportar nas entrevistas.	Grupo de Apoio	Como poderíamos deixar os pretendentes mais preparados para a entrevista com a assistente social e a psicóloga?
6	O Encontro	A Chegada da Criança	Insegurança em saber como lidar com a criança quando ela afrontar e testar o amor dos pais.	Grupo de Apoio	Como poderíamos preparar os pretendentes para lidar com as situações de teste e afronte?

nº	título	tema	fato	fonte	desafio
7	Adotar irmãos?	Perfil da Criança	Pretendentes se sentem inseguros em aceitar irmãos.	Grupo de Apoio	Como poderíamos encorajar os pretendentes a adotar irmãos?
8	Enfrentar o Passado	Motivação	Durante o processo algumas mulheres relembram os momentos anteriores nos quais perderam uma gestação.	Grupo de Apoio	Como poderíamos confortar os pretendentes quando eles têm que lidar com perdas do passado?
9	Esperar X Viver	Processo/ Espera na fila	Após a definição do perfil e estarem habilitados, pretendentes esperam um longo período (tempo proporcional à raridade do perfil escolhido), o que gera ansiedade.	Grupo de Apoio	Como poderíamos evitar que o pretendente se desistisse ou desista do processo?
10	Pasado Negativo	A Chegada da Criança	Insegurança do pretendente em saber como lidar com a criança, caso ela tenha um passado de abuso e violência.	Kit de sensibilização	Como poderíamos deixar os pretendentes mais seguros sobre como lidar com crianças com passado de abuso e violência?
11	Amadurecimento	Perfil da Criança	Pretendentes buscam Grupos de Apoio e informações na internet para amadurecer a ideia de adoção.	Kit de sensibilização	Como poderíamos contribuir no amadurecimento dos pretendentes em adotar?
12	Tempo de Mudanças	Conscientização da sociedade	Alguns pretendentes vêem avanços da aceitação da adoção pela sociedade, mas afirmam que ainda existe preconceito.	Kit de sensibilização	Como poderíamos promover a conscientização da sociedade para diminuir o preconceito?
13	Expectativas	A Chegada da Criança	Alguns pretendentes têm dificuldade para diminuir as expectativas em relação ao futuro filho.	Kit de sensibilização	Como poderíamos ajudar os pretendentes a conter suas expectativas?

nº	título	tema	fato	fonte	desafio
14	Adoção por Afinidade	Processo	Alguns pretendentes gostariam de adotar uma criança por afinidade através da visita em abrigos.	Kit de sensibilização	Como poderíamos viabilizar a adoção por afinidade?
15	Apoio Interno	Conscientização da família extensa	Alguns pretendentes tem dificuldade de fazer a sua família compreender, e não ver como um "ato de caridade".	Kit de sensibilização	Como poderíamos engajar a família extensa a apoiar a inclusão de um membro por adoção?

### 4.3 IDEACÃO

Conforme descrito anteriormente, a etapa de ideação visa gerar soluções para o problema em questão.

#### 4.3.1 *Brainstorming*

A figura 38 (p. 104) engloba todas as ideias criadas a partir dos cartões de insight. Entre “[ ]” são identificados os cartões que seriam atendidos pela respectiva alternativa.



**Figura 38:** Compilação das ideias criadas na sessão de *Brainstorming*. Fonte: autora (2014).



O cartão número 14 que trata da adoção por afinidade não foi correspondido por nenhuma das ideias geradas no *brainstorming* por se tratar de decisão da área judicial.

Pode-se verificar que algumas alternativas atendem um número maior de cartões de *insight*. Com base nesse critério, as alternativas que correspondiam a menos de sete cartões de *insight* foram eliminadas por não apresentarem suficiente relevância para alcançar o objetivo deste trabalho. As opções destacadas em verde e roxo foram selecionadas e analisadas em termos da potencialidade de serem produzidas dentro do escopo do design visual; e potencialidade de serem atraentes para os pretendentes à adoção, e também foi considerada a viabilidade técnica para a produção e a praticabilidade em termos financeiros de realização do projeto.

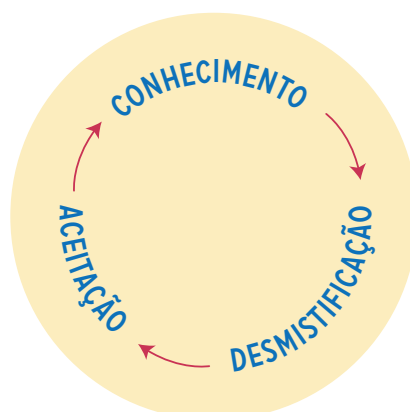
As alternativas de revista/boletim mensal, plataforma *online* e *newsletter* são relevantes em termos educativos e informacionais, mas demandariam produção do conteúdo para que se pudesse fazer o projeto gráfico adequado. Essa necessidade atrelaria o projeto a uma pessoa externa e poderia ocasionar atrasos no cronograma. A realização de evento/encontro sobre adoção também apresenta potencialidade em termos de atrair o público alvo, mas envolveria o apoio financeiro de terceiros e talvez o prazo de quatro meses de conclusão desse trabalho não fosse suficiente para buscar parcerias.

A produção de um *flashmob* que faria parte de uma campanha foi descartada por dois motivos, os rostos de crianças sob a guarda da Justiça não poderiam ser divulgados e a obtenção de autorização poderia atrasar o projeto. O segundo motivo é relacionado ao público-alvo, um vídeo desse caráter poderia viralizar na internet, mas não atingir os pretendentes à adoção.

A alternativa de documentário trataria da maioria das questões relacionadas à adoção, no entanto demandaria uma equipe de profissionais e orçamento maiores que os disponíveis para esse trabalho. Entretanto, poderia-se produzir episódios sobre o tema com produção mais simplificada. Além disso, a produção de vídeos contribuiria na formação de designer da autora, já que produção audiovisual foi um tema pouco explorado na formação em design visual.

É importante ressaltar que o processo de seleção de alternativas não envolveu os pretendentes à adoção e outros profissionais da área porque entende-se a escolha da mídia como competência do designer visto que esse é capaz de definir o meio conforme as restrições do ponto de vista técnico. A escolha pela realização de vídeo também foi baseada no grande alcance dessa mídia e baixo investimento de veiculação ao utilizar plataformas como o Youtube. Desse modo, pretendentes à adoção de outros estados do Brasil poderiam ser sensibilizados.

Os depoimentos dos entrevistados nos vídeos seriam o próprio conteúdo que por sua vez pode promover a desmistificação da adoção tardia e por fim contribuir para a sua maior aceitação na sociedade. A figura 39 (p. 106) ilustra a interligação entre conhecimento, desmistificação e aceitação como componentes no processo de conscientização.



**Figura 39:** Conhecimento, desmistificação e aceitação. Fonte: Rivello, 2013.

Tendo em vista que a alternativa selecionada envolve a produção de vídeos, foi realizada a complementação da fundamentação teórica, pesquisando sobre os principais aspectos cinematográficos no item: 2.3 - Linguagem Cinematográfica. Na próxima seção descreve-se o desenvolvimento dessa alternativa.

#### 4.4 PROTOTIPAÇÃO

Essa seção aborda o desenvolvimento do projeto de vídeos como parte de uma campanha de sensibilização dos pretendentes à adoção: “Adoção Tardia, afeto não tem idade”. Esta seção apresenta os atributos conceituais e estruturais do projeto; as atividades relativas à realização dos vídeos; a identidade visual; e o *mock-up* do *website*.

Tendo em vista que a produção de um projeto audiovisual na dimensão que se propõe neste TCC dificilmente é desenvolvido por uma única pessoa, este projeto contou com a contribuição voluntária de assistentes principalmente durante a filmagem dos vídeos. Considerando as limitações de investimento pessoal, os equipamentos utilizados não são profissionais. Sendo assim, algumas decisões projetuais foram baseadas nas limitações de equipe e de equipamento.

##### 4.4.1 Atributos

Foi identificada a necessidade de traçar uma linha conceitual geral da campanha e também a definição de alguns aspectos para a direção dos episódios e para a criação das peças gráficas de divulgação. Já o argumento posiciona o objetivo dessa série. Tanto os atributos quanto o argumento foram definidos concomitantemente ao andamento do projeto.

#### *4.4.1.1 Atributos Conceituais*

A campanha por meio dos episódios, identidade visual e peças de divulgação deve transmitir três diretrizes: sinceridade e respeito, a adoção deve ser abordada com delicadeza evitando supervalorizar as questões dramáticas de crianças afastadas de suas famílias biológicas; otimismo e instrução, ressaltar os aspectos positivos da adoção; e sensibilização, no sentido de incentivar os espectadores a buscar mais informações sobre adoção de crianças maiores.

#### *4.4.1.2 Atributos Estruturais*

O conteúdo dos vídeos deve ser relevante prioritariamente às pessoas que estão interessadas em adotar, para isso deve abordar assuntos que foram identificados na etapa de imersão.

A duração dos episódios deve ser condizente com o conteúdo abordado, ao mesmo tempo não deve ser cansativo. Por isso, com base nos similares apresentados no item 4.1.1 Pesquisa *Desk* define-se como limite máximo de duração de cada vídeo em 15 minutos. Os vídeos podem ser vistos em sequência ou separadamente sem prejuízo para seu entendimento, portanto, cada episódio deve ter roteiro independente.

#### *4.4.1.3 Argumento da Série Adoção Tardia*

A série de episódios integra uma campanha de sensibilização sobre adoção tardia que visa contribuir para desmistificar a adoção de crianças maiores de dois anos. Cada episódio da série aborda temas relativos à adoção:

- Expectativas dos Pais;
- Período de adaptação;
- A percepção de adoção de filhos adotivos;
- Entrevista com assistentes sociais e psicólogos;
- Adoção tardia de crianças com doenças tratáveis e não tratáveis;
- Relação com a família extensa, entrevista com avós, tios e primos;
- Posicionamento de juízes de diferentes comarcas;
- Dinâmica de diferentes grupos de apoio à adoção;

Tendo em vista o cronograma deste TCC, somente foram produzidos os dois primeiros episódios da série que aborda temas que se destacaram na etapa de imersão.

#### **4.4.2 Projeto da Identidade Visual**

Inicia-se apresentando o desenvolvimento da identidade visual para a série Adoção Tardia. Acrescenta-se que o foco deste trabalho é a produção dos vídeos e por isso a descrição desse tópico foi realizada de modo simplificado.

“Uma marca é a intuição que uma pessoa tem sobre um produto, serviço ou empresa” (2003, Neumeier apud Wheeler, 2012). Wheeler (2012) complementa que as marcas conquistam as pessoas, fazendo-as confiar e acreditar em sua superioridade, não importa qual a natureza do serviço ou empresa (*start-up*, organização sem fins lucrativos ou um produto). Desse modo, a identidade visual do presente trabalho influenciará na maior ou menor aceitação da série de episódios.

#### 4.4.2.1 Naming e Slogan

Em relação a *tagline*, Wheeler (2012) define como uma frase curta que transmite a essência, a personalidade e o posicionamento da marca e que distingue dos concorrentes. Traverso (2000, apud Wheeler, 2012) complementa que a *tagline* é o slogan que ajuda a criar interesse.

Sendo assim, o projeto de identidade visual iniciou por um processo de escolha do *naming* e *slogan* da série, para então a geração de alternativas gráficas. E posteriormente padrão cromático, tipografia principal e auxiliar. Esse processo foi realizado com base nas informações coletadas na imersão. Tendo em vista o cronograma deste trabalho, não foi possível contemplar o envolvimento das partes interessadas no desenvolvimento da identidade visual.

O termo “adoção tardia” foi escolhido para marca porque outras palavras dificilmente representariam o tema de maneira tão direta. A seguir constam as alternativas de slogans criados para a campanha: Superando mitos | Família assim como todas as outras | Revelando sucessos | Família | Redefinindo Famílias | Formando Famílias | Afeto não tem idade | Amor não tem idade

Optou-se pela escolha de “Afeto não tem idade” por melhor representar o posicionamento do projeto. Embora as crianças que moram em instituições de abrigo recebem alimentação, educação e acompanhamento médico, essas têm dificuldade de formar vínculos afetivos com os “cuidadores” (funcionários). O slogan “Amor não tem idade” embora seja representativo, utiliza a palavra “amor” que por sua vez tem uso muito frequente e poderia conduzir a interpretações problemáticas.

#### 4.4.2.2 Alternativas da Identidade Visual

No Apêndice F – Esboços da Identidade Visual (p. 173) consta alguns esboços iniciais que deram origem ao desenho das alternativas de logotipo abaixo.



**Figura 40:** Alternativas para a identidade visual. Fonte: autora (2014).

As alternativas foram refinadas após a edição do primeiro episódio, pois era possível ter uma visão mais clara do aspecto final do vídeo. A alternativa selecionada dispõe as letras de maneira desencontrada fazendo alusão à flexibilidade que se deve ter ao adotar uma criança e a propostas mais abertas de famílias. O preenchimento colorido na parte interna das letras remete aos desenhos infantis.

#### 4.4.2.3 Logotipo

A figura 41 ilustra a versão final com aplicação do slogan e linha divisória. Optou-se por manter a mesma cor de preenchimento interno das letras de cada palavra “adoção” e “tardia” para facilitar a legibilidade. O slogan acompanha em caixa baixa para demonstrar um tom menos autoritário na frase “afeto não tem idade”. Optou-se pelo uso de uma linha ondulada para separar o logotipo do slogan em vez da seriedade de uma linha retilínea. Também são apresentadas as versões secundárias e possibilidade de aplicação em formato circular. A versão principal em fundo escuro tem aplicação principal no vídeo e em meios digitais. As versões em tom de laranja e mais clara tem preferência em peças gráficas impressas.

## VERSÃO PREFERENCIAL PARA OS VÍDEOS



## VERSÕES PREFERENCIAIS PARA APLICAÇÕES EM MATERIAIS IMPRESSOS



## VARIAÇÕES



**Figura 41:** Versão principal e variações. Fonte: autora (2014).

A figura 42 ilustra o logotipo e sua proporção em relação ao slogan e à linha ondulada que divide os dois elementos.



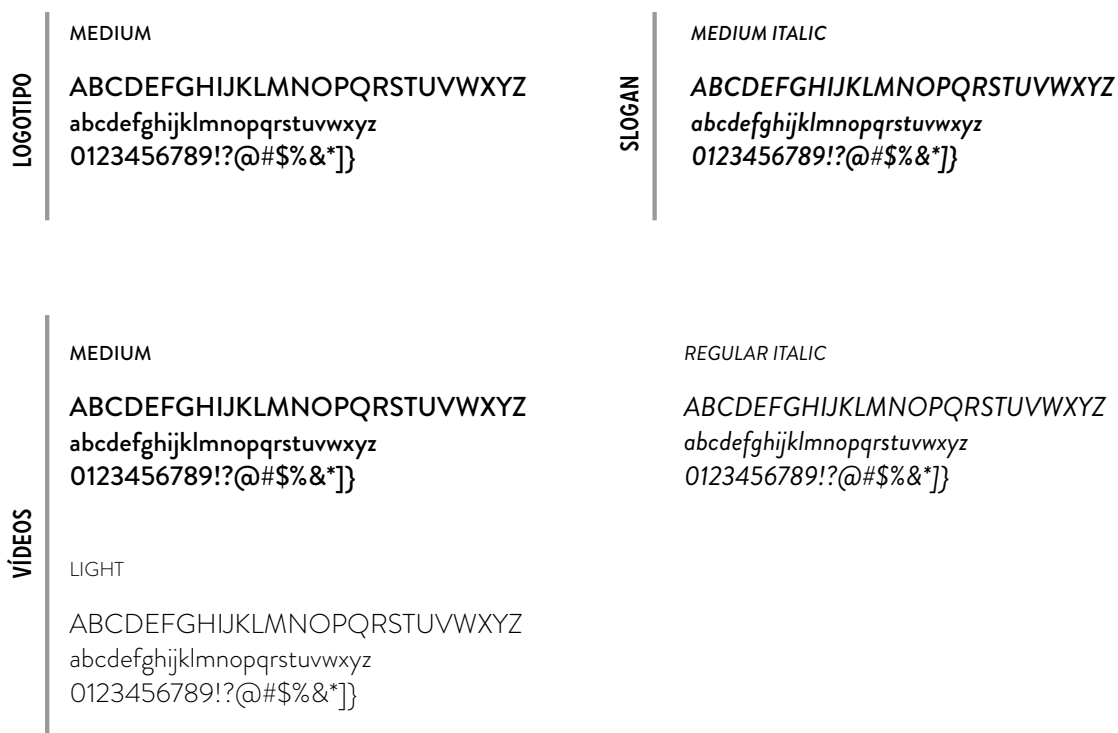
**Figura 42:** Proporções do logotipo e área de proteção. Fonte: autora (2014).

#### 4.4.2.4 Tipografia

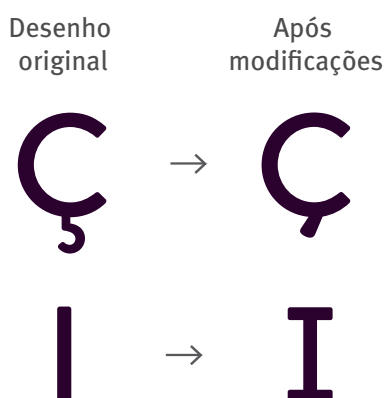
A família tipográfica utilizada no projeto é a Brandon Grotesque desenhada por Hannes von Döhren em 2009/10. A Brandon Grotesque tem influência das fontes sem serifa geométricas das décadas de 1920 e 30. Desse modo, a família de fontes foi desenhada com base geométrica, mas com ajustes para melhorar a legibilidade. Pode-se afirmar que é uma fonte funcional com boa legibilidade para meios impressos e digitais, e disponibilidade de vários pesos. Além disso, por não se tratar de uma fonte geométrica pura, transmite um certo carisma.

O custo de aquisição dessa fonte está identificado no Apêndice G – Custo do Projeto (p. 174). Ressaltando que a versão dessa fonte para *web* está incluída no pacote de *softwares* da Adobe sem custo adicional. A versão *medium* é utilizada no logotipo e a versão *medium italic* no *slogan*. Os demais pesos são utilizados nos vídeos e nas outras peças digitais e impressas (figura 43). No caso do logotipo, foi necessário modificações nas letras “i” e “ç” (figura 44) para que se ajustassem melhor à distribuição.

### FONTE BRANDON GROTESQUE



**Figura 43:** Família tipográfica Brandon Grotesque. Fonte: autora (2014), a partir de Döhren, 2009/10.



**Figura 44:** Modificações nos caracteres “ç” e “i”. Fonte: autora (2014).

#### 4.4.2.5 Paleta de Cores

A figura 45 apresenta as cores principais e secundárias em padronização RGB para a reprodução digital e identificação CMYK e Pantone para reproduções impressas. Embora o logotipo utilize



somente três cores em suas combinações, a paleta engloba mais tonalidades que servem de guia para o layout de peças derivadas e ilustrações. O vídeo utiliza as cores mais escuras da paleta para transmitir seriedade e demarcar as transições entre os blocos. Já os tons de laranja e mais claros são utilizados nas outras aplicações: poster, *website*, botons.

	CATEGORIA	RGB	CMYK	PANTONE
	secundária	R36 G01 B38	C76 M86 Y52 K70	7449 CP
	principal	R43 G01 B45	C75 M90 Y48 K66	7449 CP
	secundária	R84 G27 B89	C73 M100 Y33 K26	519 CP
	secundária	R201 G51 B84	C16 M94 Y59 K03	7703 CP
	principal	R242 G96 B82	Co M77 Y68 Ko	1785 CP
	secundária	R247 G165 B138	Co M42 Y42 Ko	487 CP
	secundária	R65 G135 B133	C76 M31 Y47 Ko6	5483 CP
	principal	R74 G158 B158	C71 M21 Y39 Ko	549 CP
	secundária	R198 G233 B248	C20 Mo Yo Ko	290 CP
	secundária	R64 G64 B65	Co Mo Yo K90	179-14 C

**Figura 45:** Padrão cromático da identidade visual. Fonte: autora (2014).

#### 4.4.3 Roteiro dos Vídeos

Foi realizado um roteiro simplificado tendo em vista que os vídeos serão realizados a partir de entrevistas e não é possível controlar as falas de cada indivíduo. O conteúdo a ser abordado nos dois primeiros episódios foi selecionado de acordo com os temas mais recorrentes discutidos nas reuniões do Grupo de Apoio à Adoção: expectativas e período de adaptação. Abaixo consta o questionário de perguntas realizado com os entrevistados. Optou-se por manter parte da estrutura da entrevista igual nos episódios para contextualizar a família.

##### 4.4.3.1 Episódio: *As Expectativas dos Pais*

###### Parte 1: Apresentação

- Qual o seu nome?
- Quantos filhos você tem? Quantos filhos por adoção? Qual a idade que eles tinham quando foram adotados?

###### Parte 2: Motivações

- Quais foram as motivações para você adotar?
- Quais foram as motivações para adotar uma criança maior de 2 anos?

###### Parte 3: Expectativas

- Quanto tempo durou o processo de adoção?
- Quais as expectativas que você tinha em relação ao seu filho por adoção antes de sua chegada?
- Como você se preparou para o momento da chegada do seu filho adotivo?
- Você pode citar algum momento difícil no período de adaptação do seu filho e como esse foi superado?
- Você pode destacar um momento especial? Significativo nesse processo?

###### Parte 4: Conselhos

- Você teria algum conselho para os pretendentes à adoção?
- O que significa adoção tardia para você?
- O que significa ser mãe/pai por adoção?

###### Parte 5: Opinião dos filhos adotivos caso participem da entrevista

- O que significa adoção para você?
- O que é ser mãe para você? O que é ter mãe para você?
- O que é ser pai para você? O que é ter pai para você?

#### 4.4.3.2 Episódio: Período de Adaptação

##### Parte 1: Apresentação

- Qual o seu nome?
- Quantos filhos você tem? Quantos filhos por adoção? Qual a idade que eles tinham quando foram adotados?

##### Parte 2: Motivações

- Quais foram as motivações para você adotar?
- Quais foram as motivações para adotar uma criança maior de 2 anos?

##### Parte 3: Período de adaptação

- Como foram as primeiras semanas do seu filho na família?
- Como você promoveu/facilitou a integração do seu filho à família?
- Como foi a receptividade do seu filho ao novo ambiente, à rotina familiar e à escola?
- Como você se preparou para o momento da chegada do seu filho adotivo?
- Você pode citar algum momento difícil e ou importante no período de adaptação do seu filho e como esse foi superado?
- Você pode destacar um momento especial? Significativo nesse processo?

##### Parte 4: Conselhos

- Você teria algum conselho para os pretendentes à adoção sobre o período de adaptação?
- O que significa adoção tardia para você?
- O que significa ser mãe/pai por adoção?
- Você gostaria de acrescentar mais alguma experiência?

##### Parte 5: Opinião dos filhos adotivos caso participem da entrevista

- O que significa adoção para você?
- O que é ser mãe para você? O que é ter mãe para você?
- O que é ser pai para você? O que é ter pai para você?

Definiu-se que as gravações desses dois primeiros episódios seriam realizadas em ambiente externo por dois motivos: filmagem externa dispensa o uso de equipamento de iluminação e a qualidade da luz natural condiz com os atributos conceituais propostos para a campanha.

#### 4.4.4 Produção dos Vídeos

A primeira iniciativa de produção dos vídeos foi a divulgação do projeto e contato com famílias voluntárias. A divulgação da filmagem ocorreu no Grupo de Apoio à Adoção, nas redes sociais *online* e por meio de contato com amigos e familiares. O convite para a participação no projeto

está ilustrado na figura 46. A meta era conseguir contatar no mínimo nove famílias.

UFRGS
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM DESIGN VISUAL  
DISCENTE SIMONE URIARTT

VÍDEO SOBRE ADOÇÃO TARDIA

Procuramos pais que adotaram crianças maiores de dois anos de idade que queiram compartilhar sua experiência.

QUEREMOS SABER COMO FORAM O PERÍODO DE ADAPTAÇÃO, OS DESAFIOS, E AS DIFICULDADES SUPERADAS.



INÍCIO DO PROJETO:  
AGOSTO DE 2014

DATA E LOCAL DA GRAVAÇÃO A COMBINAR

INTERESSADOS ENVIAR E-MAIL PARA [SURIARTT@GMAIL.COM](mailto:SURIARTT@GMAIL.COM)

**Figura 46:** Convite para a divulgação da filmagem. Foto: autora (2014).

Os interessados receberam um formulário online no qual preenchiam o melhor dia e local para a gravação entre as opções oferecidas. Os critérios para a seleção dos locais de filmagem foram: fácil acesso, localização e baixa poluição sonora. A partir da definição desses critérios, partiu-se para obtenção da “autorização para filmagem”, modelo consta no Apêndice H – Autorização de Uso de Imagem, Som de Voz e Nome (p. 176) através de contato com os responsáveis de cada local. As locações utilizadas foram: Jardim Botânico, Fundação Pão dos Pobres e residência dos entrevistados.

Tendo em vista que o presente trabalho não tem fins lucrativos e também não conta com patrocínio, a parte orçamentária foi realizada de acordo com as possibilidades de investimento pessoal. No entanto, todos os gastos do presente TCC foram registrados em uma tabela que consta no Apêndice G – Custo do Projeto (p. 174) para fins de controle pessoal, de referência para futuros trabalhos e para a etapa de evolução deste trabalho.

Os equipamentos em algumas filmagens foram adquiridos ou cedidos pela Universidade ou por amigos. Segue a lista dos equipamentos utilizados em todo o projeto: Canon 60D, Canon T3i, Canon 18-200mm, objetiva Zeiss 85mm f/1.4, filtro de densidade neutra Bowen, tripés

Manfrotto e Nikon, microfone *shotgun* Rode, cartão SD 32gb 30mb/s, cartão SD 32gb 45mb/s, cartão SD 32gb 95mb/s, cabo stereo 3 m, protetor de vento para microfone, rebatedor e difusor de luz, e vara de *boom*.

Tendo em vista o número de equipamentos, foi elaborada uma listagem de todos os itens para para serem transportados nos dias de gravação. No Apêndice I - *Checklist* para o Dia de Filmagem (p. 177) consta o *checklist*, essa lista sofria alterações a cada filmagem, visto que alguns itens eram retirados e outros adicionados conforme sua necessidade. Um dos itens mais importantes da lista é a “Autorização de Uso de Imagem, Som de Voz e Nome” que deveria ser assinada no momento da filmagem a fim de evitar transtornos futuros.

#### 4.4.5 Direção dos Vídeos

A captura das imagens foi realizada com os seguintes parâmetros: 24fps/16:9/1920x1080p full HD. Profundidade de campo variou de f.3.5 a f.5 e velocidade do obturador 1/50. Em relação enquadramento, foi escolhido o close-up para criar maior intimidade entre o espectador e os entrevistados. A figura 47 ilustra a disposição dos elementos em cena em relação ao entrevistado.



**Figura 47:** Posição das câmeras, entrevistado, entrevistador e microfonista. Foto: autora (2014).

Em ambos episódios filmou-se com duas câmeras simultaneamente. A principal câmera utilizava: lente macro 85mm por dois motivos: criar intimidade com os entrevistados; e produzir menor deformidade na perspectiva que uma lente grande angular. Já a segunda câmera utilizava lente com ângulo mais aberto para contextulizar o entrevistado no ambiente. No entanto, somente a lente principal utilizava filtro de densidade neutra acoplado o que diminuía a profundidade de campo e evitava a superexposição da imagem. A segunda câmera por não dispor de filtro, produziu imagens com profundidade de campo muito maior causando uma discrepância muito grande no momento da montagem dos vídeos. Por isso essa câmera durante a gravação do segundo episódio foi utilizada somente para a gravação do som e como reserva em caso de acidente com a principal.

O ângulo de filmagem escolhido é do tipo câmera objetiva, caracterizado pela filmagem de um ponto de vista externo. Ou seja, o público assiste aos fatos através dos olhos de um observador oculto. Sendo assim, os entrevistados foram informados a não olharem diretamente para a lente da câmera e manterem contato visual com o entrevistador. Esse posicionamento intimida menos os entrevistados que o emprego da câmera subjetiva na qual os entrevistados fariam contato direto com a câmera.

A tabela abaixo reúne as informações da planilha de imagem preenchida após a filmagem na qual são identificados os participantes<sup>9</sup>, local e material produzido. Pode-se observar que o segundo episódio houve um considerável aumento na duração das gravações.

Planilha de Imagem						
	Entrevistados	Local	Data	Hora de início	Duração*	Assistentes
1º Episódio	Kariny e Rodrigo	Porto Alegre - Jardim Botânico	29/08/2014	10:00 hs	00:16:33	Sonia Mello
	Rosane	Porto Alegre - Jardim Botânico	13/09/2014	14:00 hs	00:09:27	Sonia Mello Paula Buella
	Denise e Rafael	Canoas - Residência da família	13/09/2014	16:20 hs	00:08:41	Sonia Mello Paula Buella Sara Yamazaki
2º Episódio	Cláudia	Porto Alegre - Fundação O Pão dos Pobres	04/10/2014	11:15 hs	00:19:27	Sonia Mello Mariana Ikuta
	Juliane e Reginaldo	Porto Alegre - Fundação O Pão dos Pobres	04/10/2014	12:49 hs	00:33:52	Sonia Mello Mariana Ikuta
	Lizianne	Porto Alegre - Fundação O Pão dos Pobres	1º/11/2014	10:00 hs	00:27:13	Sonia Mello

\*Somatório do material gravado, não necessariamente filmado em plano sequência.

O processo de filmagem enfrentou alguns desafios. Embora todos os entrevistados tenham aceitado voluntariamente participar do projeto, alguns se sentiram mais intimidados com a câmera. Esse desconforto fez com que algumas questões não fossem respondidas corretamente e as perguntas tinham que ser reformuladas de modo a obter as informações.

O horário programado para a realização das gravações era entre 9-10 hs ou entre 15-16 hs. No entanto as filmagens foram realizadas de acordo com o melhor horário para os entrevistados e

<sup>9</sup>Os entrevistados que participaram dos vídeos assinaram termo "Autorização de Uso de Imagem, Som de Voz e Nome", esses documentos encontram-se arquivados com a autora deste trabalho. O modelo de documento consta no Apêndice H - Autorização de Uso de Imagem, Som de Voz e Nome (p. 176).

no local que eles se dispuseram a participar. Além disso, ambos episódios foram filmados em dias com condições meteorológicas diferentes, por isso as características de luz variaram bastante.

Em relação ao modo de captação de som, optou-se por utilizar microfone do tipo *boom*. Mesmo que em algumas situações a escolha de um microfone de lapela pudesse capturar som com maior qualidade que o utilizado, esteticamente não era desejável que esse aparecesse no quadro. O ruído ambiente também foi difícil de antever, por exemplo, o Jardim Botânico foi visitado previamente e aparentava ser a melhor das locações durante a semana, porém durante a primeira gravação uma excursão com crianças circulava pelo local gerando muito ruído.

De acordo com o roteiro a participação dos filhos por adoção das famílias era facultativa. Houve a participação de duas crianças nas entrevistas, mas optou-se por não incluí-las nos vídeos, tendo em vista que a maioria das outras crianças não pode participar. Além disso, verificou-se que a entrevista com as crianças não poderia seguir a mesma estrutura da realizada com os adultos, pois elas se sentiram mais envergonhadas ao conversar com uma pessoa desconhecida sobre esse tema.

#### **4.4.6 Edição dos Vídeos**

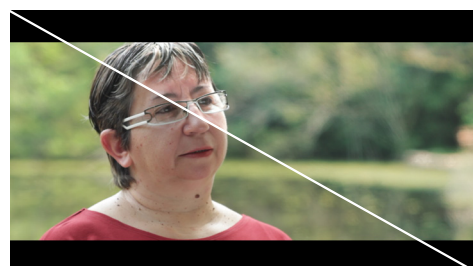
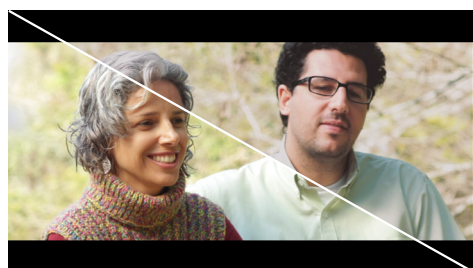
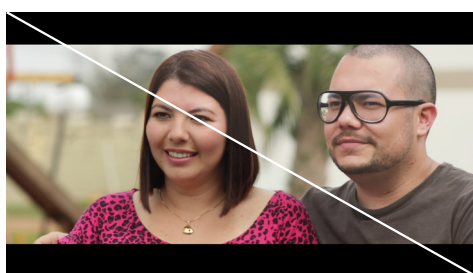
Os *softwares* utilizados para a edição foram: Adobe Premiere (montagem), Adobe After Effects (animação), Adobe Audition (edição áudio) e Adobe SpeedGrade (gradação de cores).

A proporção final dos vídeos foi definida 2.35 (cinemascope) para valorizar o depoimento dos pais adotivos, pois contribui para que o ponto focal da imagem permaneça nos entrevistados e assim crie mais intimidade entre o espectador e entrevistado. Como descrito nos atributos deste projeto, procurou-se simular algumas das características da imagem produzida a partir de negativos. Desse modo, foi aplicado perfil de cores da Adobe que simula os filmes Fuji F125 e Kodak 2395. Em seguida foi adicionado tons de magenta e azul nas sombras e amarelo nas luzes, assim como alguns ajustes foram realizados em determinados tons que se destoavam. A figura 48 ilustra a imagem sem tratamento à esquerda e após a gradação de cores à direita.

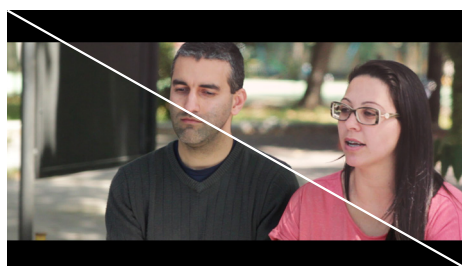
## GRADAÇÃO DE CORES



1º episódio



2º episódio



**Figura 48:** Exemplo de quadros extraídos dos vídeos antes e depois da gradação de cores. Fonte: autora (2014).

Intertítulos ou cartelas de texto têm função informativa e servem para delimitar os blocos temáticos do filme documentário. Esse recurso substitui a narração em voz *over* e é uma oportunidade para explorar a formatação do texto na tela seguindo a estética do filme (PUCCINI, 2007). Os intertítulos utilizados na montagem do filme delimitam e apresentam os blocos ajudando, assim, a construção da narrativa do episódio. Da mesma maneira esses elementos reforçam a estética adotada ao longo dos episódios. Quando os entrevistados são apresentados, se evitou denominá-los “pais adotivos” e sim somente “pai” ou “mãe” para reforçar que após a adoção não existe diferença na parentalidade de filhos biológicos ou adotivos.



Os critérios de seleção da trilha sonora foram primeiramente as características emocionais de cada composição e o segundo critério foi selecionar uma trilha com velocidade média, essa pode ser verificada pelo BPM (batidas por minuto, medida utilizada para definir se uma música é mais lenta ou mais rápida). A trilha sonora intitulada *Bright Days* (BPM 105) do *Gentle Fire Studio* é descrita como suave e com acústica para *voice over* (termo utilizado para sons gravado separadamente e adicionados na fase de edição do filme). Transmite uma sensação relaxante, alegre e acolhedora, e é composta por violões, bandolim, piano, bateria suave, xilofone e baixo. Essas características se ajustam aos atributos estabelecidos previamente. Em relação aos direitos autorais, a música foi adquirida com licença de utilização que se adequa às necessidades de divulgação do projeto. Ou seja, permite a utilização em vídeos para compartilhamento em *websites* como Youtube e Vimeo.

A adequação do áudio passou por um processo de redução de ruído, equalização, compressão e normalização. Tendo em vista que as gravações foram realizadas em ambientes externos arborizados e no período da primavera, a presença de canto dos pássaros foi inevitável, porém quando possível as frequências dos pássaros foram diminuídas.

Como mencionado anteriormente, procurou-se manter os episódios com duração inferior a 15 minutos. Os cortes realizados se basearam na relevância e clareza dos relatos dos entrevistados. Optou-se por intercalar o depoimento das famílias nos blocos, para não tornar o vídeo monótono. O primeiro episódio tem duração de 12 min 19 s e o segundo episódio de 13 min 34 s.

Para contextualizar o tema de cada episódio optou-se por utilizar uma ilustração na abertura de cada vídeo (figuras 49 e 50). Essas foram realizadas pela designer Mariana Yatsuda Ikuta a partir de *briefing* e paleta de cores da identidade visual. A escolha da cena que seria representada foi baseada em situações relacionadas ao tema do episódio. Para o primeiro vídeo foi escolhido retratar a montagem do quarto do futuro filho, por se tratar de um dos preparativos para a chegada da criança. Já para o segundo, escolheu-se ilustrar os desafios do período de adaptação, no qual muitas vezes as crianças testam os limites dos pais e esses por sua vez se sentem desorientados. As cenas não seriam necessariamente sempre positivas, como no caso do período de adaptação, a ilustração retrata o momento de angústia dos pais ao lidar com esse desafio. Posteriormente, mediante os depoimentos dos pais adotivos ao longo do vídeo se esclarece que essa fase é superável, mas os pais precisam estar preparados.

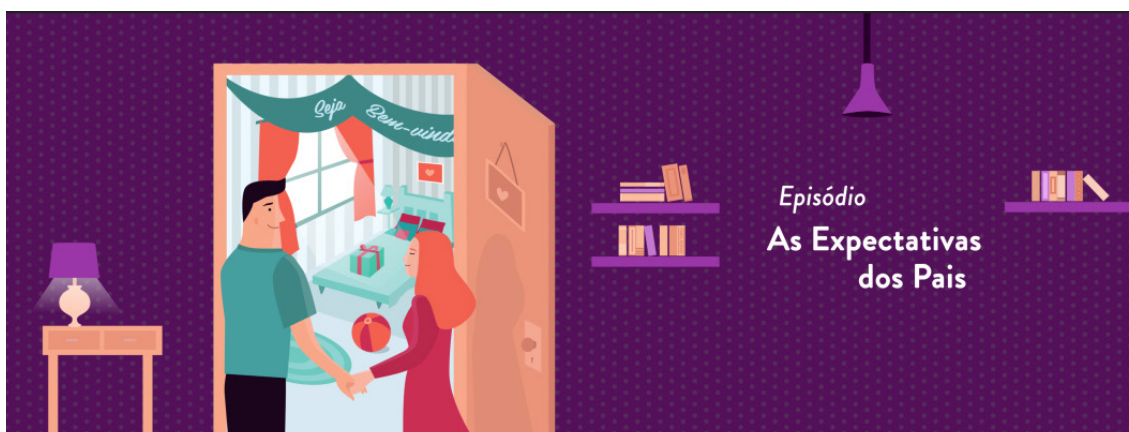


Figura 49: Ilustração do episódio “As Expectativas dos Pais”. Fonte: Ikuta, 2014b.

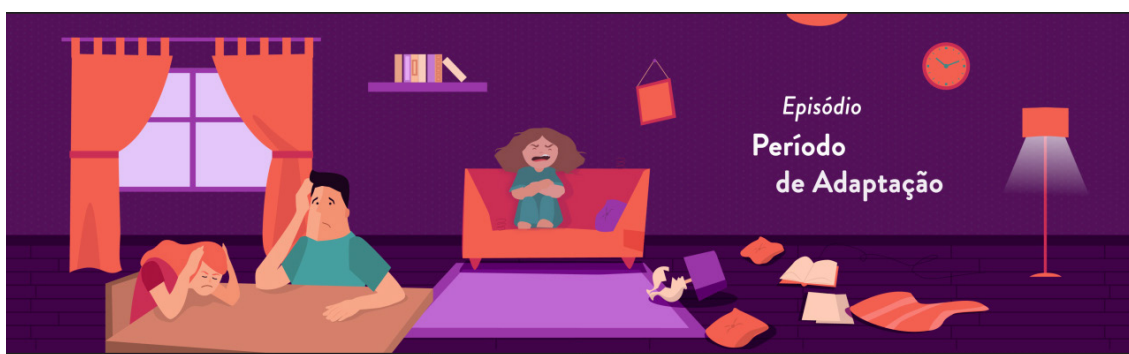


Figura 50: Ilustração do episódio “Período de Adaptação”. Fonte: Ikuta, 2014c.

A etapa de edição definiu substancialmente o resultado final de cada episódio. Tendo em vista que esses vídeos não são filmes de ficção nos quais os atores representam de acordo com um roteiro, a narrativa e a estrutura do episódio foi prevista superficialmente. Somente com o andamento da edição do primeiro episódio, os outros aspectos da linguagem visual foram criados.

As principais decisões tomadas para a realização dos vídeos foram resumidas na tabela abaixo:

Aspecto	Opção Projetual	Justificativa
Iluminação	Luz natural	Simplificar a filmagem; evitar o custo da aquisição de equipamentos de iluminação; explorar a qualidade estética da luz natural favorecendo os depoimentos.
Locação das filmagens	Ambientes externos arborizados	Aproveitar a luz natural; e prover um segundo plano harmonioso.

Aspecto	Opção Projetual	Justificativa
Gradação de cores	Perfil de filme e ajustes retirando o excesso de tons de amarelo.	Simular a qualidade de imagem capturada por câmeras de filme; e definir a tonalidade geral dos episódios.
Fotografia - profundidade de campo	F.3.5 a F.5	Favorecer o depoimento dos entrevistados, desfocando distrações que possam aparecer no quadro.
Enquadramento	Câmera objetiva.	Deixar os entrevistados mais confortáveis ao não ter que olhar diretamente para uma câmera.
Duração	Menos de 15 minutos	Ser conciso.
Montagem	Intercalar depoimentos	Manter a atenção do espectador.
Estrutura	Utilizar intertítulos	Definir os blocos principais, facilitando o entendimento.
Proporção de tela	2.35 (cinemascope)	Valorizar o depoimento dos entrevistados.

#### 4.4.6.1 Animação

Tendo em vista que o logotipo e o slogan fazem parte da abertura do vídeo, esses fazem uso de animação mais complexa que os intertítulos. Os intertítulos foram animados com movimento discretos que não superpõem a importância e legibilidade do conteúdo. As figuras 51 e 52 apresentam alguns quadros dos vídeos dos quais é possível identificar o padrão de animação utilizado nas edições.

# ANIMAÇÃO

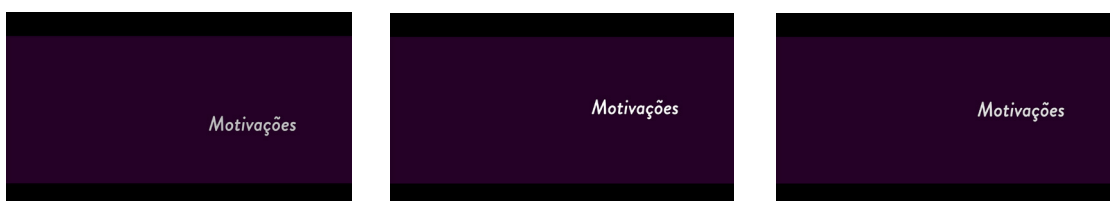
ordem dos quadros:

1	2	3
4	5	6

## LOGOTIPO & SLOGAN



## INTERTÍTULOS

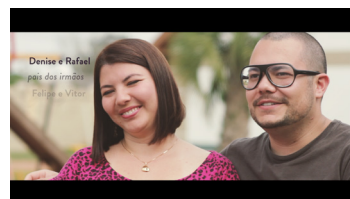
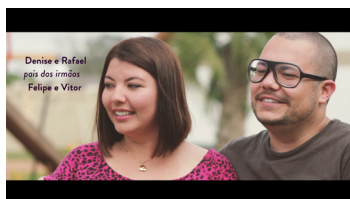
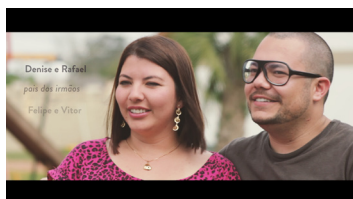


## CRÉDITOS

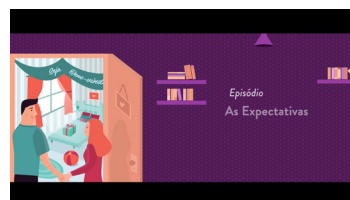
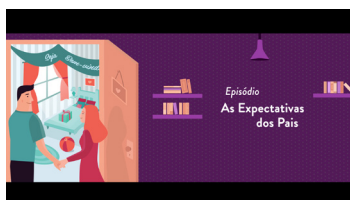
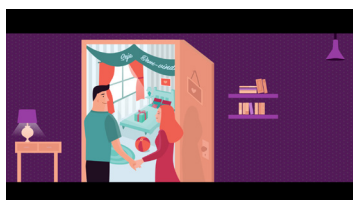
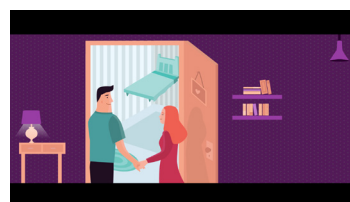
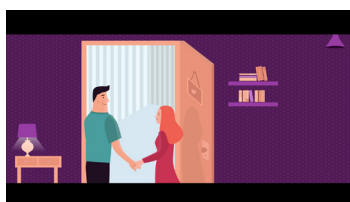
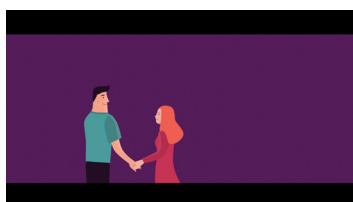


Figura 51: Quadros da animação 1. Fonte: autora (2014).

## APRESENTAÇÃO DOS ENTREVISTADOS



## ILUSTRAÇÃO 1º EPISÓDIO



## ILUSTRAÇÃO 2º EPISÓDIO

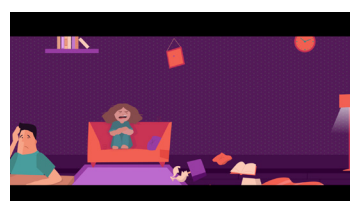
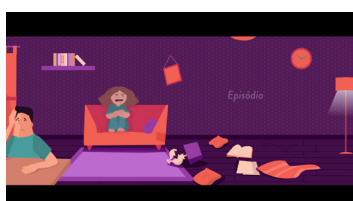
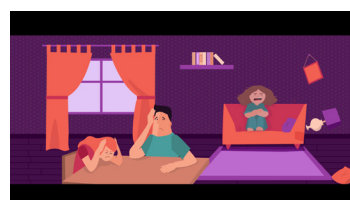
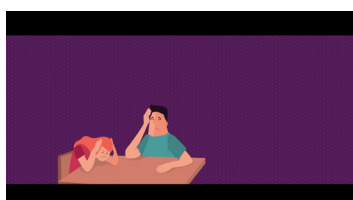
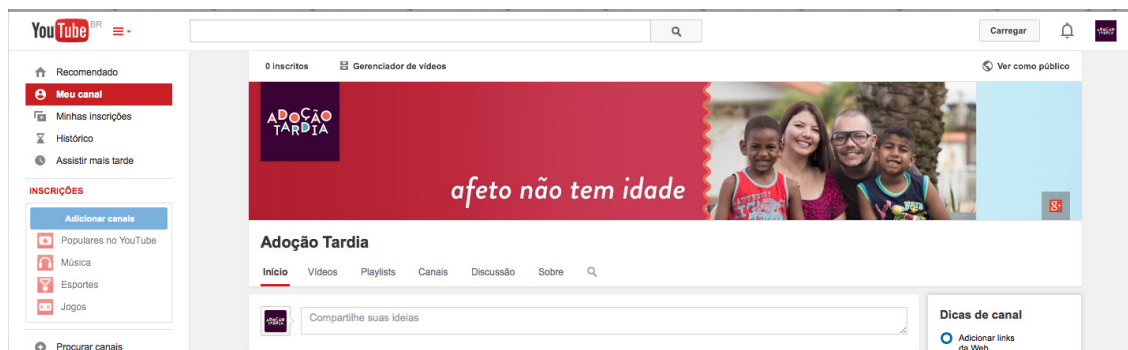


Figura 52: Quadros da animação 2. Fonte: autora (2014).

### 4.4.7 Divulgação dos Vídeos

Foi definido como meio de veiculação dos vídeos a criação de um canal para a série “Adoção tardia, afeto não tem idade” na plataforma online Youtube (figura 53). O objetivo é que os dois episódios realizados para este TCC sejam divulgados em Grupos de Apoio à Adoção e em quaisquer outras ocasiões que sejam relacionadas ao processo de habilitação à adoção.

A intenção desse projeto é com os recursos disponíveis (equipe, equipamento e orçamento) produzir conteúdo que possa sensibilizar os pretendentes à adoção a ampliarem o perfil de criança pretendida.



**Figura 53:** Captura de tela do canal da série no Youtube. Fonte: autora (2014).

Os dois primeiros episódios da série “Adoção tardia, afeto não tem idade” estão publicados na plataforma online Youtube. Esses podem ser visualizados acessando os *links* a seguir:

As Expectativas dos Pais: <https://www.youtube.com/watch?v=VJDRcqDErMw>

Período de Adaptação: <https://www.youtube.com/watch?v=VJDRcqDErMw>

#### 4.4.8 Website

O *website* da série “Adoção Tardia - Afeto não tem idade” visa ampliar o conteúdo abordado nos vídeos oferecendo mais informações sobre o tema. Foi checado em novembro de 2014 que o domínio “adocaotardia.com.br” está disponível para registro.

O conteúdo desse *mock-up* foi proposto pela autora deste trabalho e ilustra alguns temas que podem ser abordados. A seguir lista-se tópicos e funcionalidades presentes no *website*:

- Episódios da série Adoção Tardia e conteúdo relativo a cada tema abordado;
- Galeria de fotos de famílias formadas por adoção de crianças maiores;
- Cadastro de Grupos de Apoio à adoção. O usuário pode encontrar localizar os Grupos mais próximos de sua moradia;
- Blog que permite os usuários darem retorno sobre os episódios e captar tópicos de interesse para futuros vídeos;
- Loja *online* para compras de brindes com a marca “Adoção Tardia, afeto não tem idade”.

Os primeiros esboços do *website* constam no Apêndice J – Esboços *Storyboard* e *Website* (p. 178). O layout do *website* é ilustrado na figura 54. Optou-se em utilizar um layout modular por meio do uso de formas retangulares que demarcam as seções e largura de 960 pixels.

HOME BLOG CONTATO

f t

**ADOÇÃO TARDIA**

REGINALDO E JULIANE, PAIS DAS IRMÃS CRISLAINE E CRISELEN.

*afeto não tem idade*

APRESENTAMOS

**NOSSA SÉRIE: ADOÇÃO TARDIA**

Conheça os últimos episódios sobre os principais temas que envolvem adoção de crianças maiores de dois anos.

**EXPECTATIVAS**  
Como lidar com o sonho da família ideal?

**PERÍODO DE ADAPTAÇÃO**  
Como se preparar para os possíveis desafios?

**SAIBA COMO FAZER PARTE**  
Compartilhe suas histórias no nosso blog.

**CONHEÇA NOSSA LOJA ONLINE**  
Objetos personalizados que expressam os mais diversos tipos de laços afetivos.

**BLOG**  
Conheça nosso blog e fique informado sobre as últimas notícias, artigos e publicações sobre adoção. E deixe suas sugestões para os futuros episódios.

**GRUPOS DE APOIO À ADOÇÃO**  
Localize o grupo mais próximo à sua residência

View on Google Maps  
R. da República 801 - Cidade Baixa

**GALERIA**  
Os pais Rafael e Denise com os irmãos Vitor e Felipe.

1 - 3

**PARCEIROS** Todos juntos somos fortes, saiba como apoiar essa causa.

*"É impossível ser feliz sozinho" Tom Jobim*

Home  
Blog  
Contato

Mapa do site

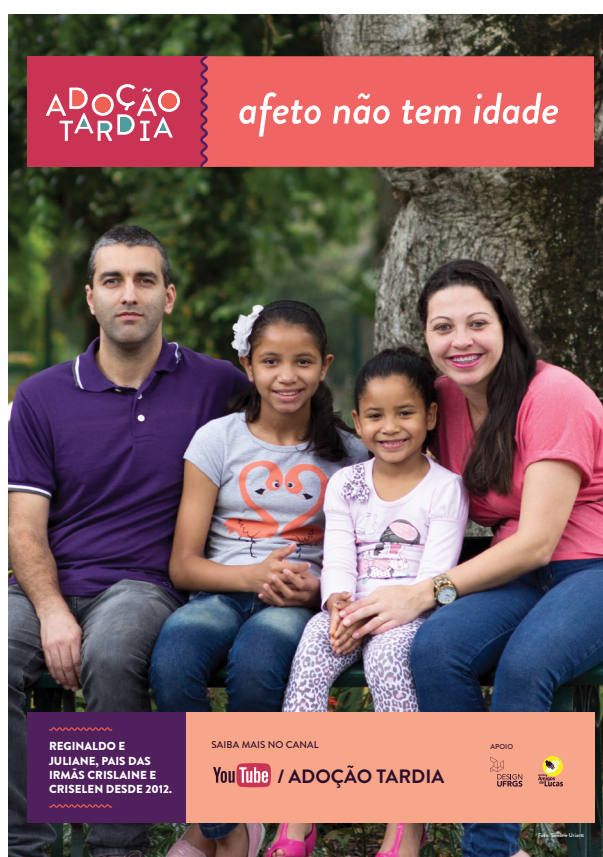
Youtube  
Facebook  
Twitter

Figura 54: Layout do website. Fonte: autora (2014).

#### 4.4.9 Peças de Apoio: Poster e Botons

O objetivo do poster e dos botons é divulgar a série de episódios ao serem expostos nas reuniões de grupos de apoio à adoção. Para o poster são apresentados dois layouts, o primeiro faz uso de fotografia, mais figurativo e com as informações do endereço do canal no Youtube e apoiadores do projeto. O segundo layout utiliza como base uma ilustração e convida o expectador a refletir sobre a chegada de um filho por adoção.

A dimensão preferencial é A2, mas também podem ser impressos em A3. A figura 55 corresponde ao poster com a família do Reginaldo e Juliane que participaram do 2º episódio.



**Figura 55:** Layout do poster com fotografia. Fonte: autora (2014).

A figura a seguir corresponde ao poster com a ilustração de uma cegonha entregando o filho aos pais. Da mesma forma que a história da garça está presente no imaginário popular entregando bebês, foi elaborada uma adaptação para incluir crianças maiores de dois anos.





**Figura 56:** Layout do poster com ilustração. Ilustração: Ikuta 2014a.

Abaixo são dispostos botons do tipo americano com 6,3 cm de diâmetro exemplificando aplicações da marca que visam divulgar o projeto.



**Figura 57:** Modelo de botons. Fonte: autora (2014).

#### 4.4.10 Questionário de Avaliação

No final do mês de outubro a prévia do primeiro vídeo foi disponibilizada no Youtube, em modo de acesso restrito. O *link* para a sua visualização foi enviado em conjunto com um questionário de avaliação para pretendentes à adoção, pais adotivos e especialistas. Importante ressaltar que a prévia não incluía efeitos de animação e tampouco a ilustração de abertura.

Dentre os dez pretendentes à adoção (cinco casais) que foram envolvidos na etapa de imersão deste trabalho, somente duas pessoas responderam ao questionário de avaliação do vídeo. A maioria dos participantes não compareceu mais às reuniões do Grupo de Apoio e não respondeu aos contatos realizados por *e-mail*. Em novembro, outros pretendentes à adoção foram contactados, além de psicólogos, pais adotivos e voluntários envolvidos com a área social. Foram recebidas um total de dez respostas que se encontram na íntegra no Apêndice K – Compilação dos Dados do Questionário de Avaliação da Prévia do 1º Episódio (p. 179). Tendo em vista essa dificuldade em obter respostas, no período estipulado, sobre a avaliação do primeiro episódio, iniciou-se a filmagem e edição do segundo vídeo para que o cronograma não fosse prejudicado.

Iniciando pelos aspectos técnicos do vídeo, alguns participantes citaram problemas no áudio que causaram dificuldade na compreensão, no entanto, a qualidade do som, no geral, não foi classificada como ruim. Além disso, a qualidade da imagem foi muito bem avaliada.

Em termos de conteúdo, não foi indicado o corte de nenhum bloco, mas uma pessoa indicou a redução de dois a três minutos da duração total. No entanto, a psicóloga envolvida em um Grupo de Apoio à Adoção declarou “apesar de ter achado um pouco longo, não consigo escolher algo a ser cortado, pois o conteúdo é complexo e necessário ser exposto”. Sendo assim, a autora avaliou que a redução do primeiro episódio para 10 minutos comprometeria o entendimento das informações.

A respeito da impressão geral do vídeo, um dos pretendentes à adoção comentou “que a idade não é um empecilho para adotar”. Essa afirmação alinha-se aos atributos conceituais deste trabalho: transmitir uma imagem positiva da adoção tardia. De maneira geral, todos os participantes avaliaram de modo positivo o vídeo utilizando expressões “bem feito”, “bem montado”, “bastante didático”, “fiquei com vontade de assistir o próximo”.

Por fim, um dos espectadores publicou o seguinte comentário no Youtube: “adorei o vídeo! muito inspirador! aos pais que deram as entrevistas: vocês são especiais!”. Esse retorno revela o papel fundamental dos pais adotivos que participaram do projeto divulgando as suas experiências, e servindo de exemplo para outras famílias. No dia da publicação do vídeo em um Blog (05/12/2014) sobre adoção, foi recebido um *e-mail* de uma pretendente à adoção relatando o momento que estava vivenciando e sua percepção do vídeo. O *e-mail* consta abaixo, porém as informações pessoais foram preservadas.

“Olá Simone, boa noite !  
 “Acabei de ler o post no blog Gravidez Invisível e amei o seu trabalho.  
 Se puder compartilhar comigo, ficarei muito grata.  
 Estou vivendo uma momento muito especial... recebi a tão esperada ligação.  
 O meu perfil e de 0-6 anos e me ligaram para 2 crianças de 9 anos. Um pouco  
 fora do meu perfil, mas desde então estou muito aflita, meu coração diz que  
 são eles (sem ao menos nem conhecê-los ainda), mas ficamos aqui com a  
 cabeça a mil, temos muito medo de errar, de não “dar conta”, são tantas coisas.  
 Só de ver o seu vídeo, cá estou eu me debruçando em lágrimas... lágrimas de  
 felicidade, de ansiedade.  
 Desculpe, momento desabafo rs rs  
 Muito obrigada pela atenção.  
 bjs.”

Esse retorno é muito positivo já que demonstra que o projeto está contribuindo na sensibilização dos pretendentes à adoção. Mesmo famílias que já tenham definido um perfil amplo de criança desejada, precisam se preparar para os desafios que serão enfrentados.

## 4.5 EVOLUÇÃO

### 4.5.1 Identificação dos Materiais e Orçamento

No Apêndice G – Custo do Projeto (p. 174) consta os custos para a realização deste projeto, com base nesses custos elaborou-se a previsão de investimento para dar continuidade a série. No caso deste TCC, alguns equipamentos foram adquiridos previamente e todos os assistentes trabalharam de modo voluntário diminuindo significativamente os custos de produção. O levantamento de custo abaixo para a produção de novos episódios considerou a utilização de equipamentos profissionais e a remuneração dos profissionais envolvidos com base na tabela de pisos salariais para vídeos, programas para tv e conteúdo audiovisual para a internet proposta pelo Sindcine (2014).

Custos como transporte e alimentação são difíceis de estimar tendo em vista que o local de filmagem não está definido. Os dois primeiros episódios foram gravados em Porto Alegre, mas o projeto pode abranger outras cidades do interior do estado.

Equipamentos	
Filtro densidade neutra (72 mm)	R\$ 185,00
Microfone shotgun direcional e kit de acessórios: Rode NTG-3 Basic Shotgun Mic Kit	R\$ 2.495,00
Objetiva Canon EOS EF 24-70mm F2,8 L II USM	R\$ 7.150,00
Objetiva Zeiss Planar 1677-838 85mm f/1.4	R\$ 4.799,83
Camera Canon EOS 6D - Corpo - Full Frame	R\$ 6.100,00
Tripé Manfrotto MT055XPRO3	R\$ 539,00
Manfrotto MH055M8-Q5 055 Magnesium Photo-Movie Head	R\$ 784,22
Rebatedor de luz circular	R\$ 180,00

Subtotal	R\$ 22.053,05
<b>Filmagem</b>	
Diretor de cena (por filme)	R\$ 1.728,51
Assistente de direção (por semana)	R\$ 345,21
Diretor de Fotografia/operador de câmera (por semana)	R\$ 864,26
Microfonista (diária)	R\$ 124,46
Editor/montador (por filme)	R\$ 483,98
Transporte	R\$ -
Alimentação	R\$ -
Subtotal	R\$ 3.546,42
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 25.599,47</b>

#### 4.5.2 Identificação de Parceiros para o Projeto

Como forma de aumentar a divulgação do projeto, Grupos de Apoio à adoção de outras regiões do Brasil e um blog que trata desse tema foram contactados:

- Grupo de Apoio a Adoção de Sorocaba (SP);
- AleGrAA - Grupo de Apoio à Adoção (São José dos Campos/SP);
- Grupo de Apoio Adoção Consciente (Curitiba/PR);
- DNA da Alma - Apoio à Adoção (Farroupilha/RS);
- Pontes de Amor Apoio à Adoção (Uberlândia/MG);
- Blog Gravidez Invisível: <http://gravidezinvisivel.com>

Planeja-se continuar a divulgação do projeto após a conclusão do presente TCC assim como apresentá-lo ao Juizado da Infância e Juventude do Rio Grande do Sul.

## CONCLUSÃO DO TCC

O tema escolhido para este TCC teve como ponto de partida a necessidade de sensibilizar os pretendentes à adoção para uma tomada de consciência sobre adoção tardia, ou seja, crianças a partir de dois anos e, principalmente, as maiores de cinco anos.

A natureza e complexidade do tema nos fez optar pela escolha de uma abordagem metodológica centrada no ser humano que se fundamenta na riqueza do envolvimento com os *stakeholders* do projeto. Além disso, por se tratar de uma questão social, o envolvimento no contexto é essencial para vivenciarmos o problema e, assim, desenvolver uma solução que equilibre as três restrições do processo de design: desejabilidade, viabilidade, e praticabilidade.

Ao explorar questões apresentadas na fundamentação teórica sobre a responsabilidade profissional e social do designer, verificou-se o grande potencial que o designer visual pode exercer na comunicação de informações em prol de diferentes causas sociais. Ao mesmo tempo, sabe-se que, apenas uma comunicação mais eficiente não é suficiente para provocar profundas mudanças no comportamento humano, pois, essas devem, necessariamente, estar associadas a outras políticas. Por exemplo, políticas públicas, as quais não fazem parte da natureza da atividade do designer.

Entende-se que as causas para a demora nos processos de adoção também estão relacionadas à lentidão do judiciário no julgamento dos processos. Portanto, espera-se que na medida que o número de pessoas dispostas a adotar crianças independente de idade, gênero, raça e deficiência, aumente, pressionando o poder público a reorganizar a sistemática dos processos.

Nesse viés, em relação ao aprendizado sobre sensibilização dos pretendentes, a experiência com o kit do participante contribuiu para revelar os aspectos positivos e as dificuldades em se utilizar uma ferramenta participativa. Nesse caso, o andamento da pesquisa dependia muito do comprometimento dos participantes em responder o kit, e o tempo de conclusão dessa etapa excedeu o tempo que tinha sido previamente estimado. Os encontros com o Grupo de Apoio possibilitam revelar as dúvidas e inseguranças em relação à adoção por parte dos pretendentes. Felizmente, os organizadores das reuniões, como resultado de sua reconhecida experiência, conseguem sensibilizar boa parte dos participantes sobre a realidade das crianças aptas à adoção e a importância de ampliar o perfil da criança desejada. No entanto, um número muito pequeno de pretendentes à adoção participa dessas reuniões. Revelando assim, que o projeto pode contribuir para reforçar e ampliar a importância da adoção tardia também para aqueles que não frequentam grupos de apoio.

Mesmo pequena a amostra de pretendentes à adoção envolvidos na fase de imersão enriqueceu a coleta de dados no TCC1. Porém, a desistência da maioria dos participantes no segundo semestre dificultou a avaliação do projeto pelo público-alvo principal. E demonstrou assim

que a participação em grupos de apoio é instável, confirmando que a solução proposta pode sensibilizar esse público que se afastou do Grupo de Apoio.

Os dois episódios realizados para esse trabalho podem ser divulgados ao público imediatamente por meio de plataformas *online* isentas de custo de divulgação, como o Youtube. Desse modo, os vídeos podem contribuir na sensibilização dos pretendentes à adoção desde já. A continuidade do projeto, gravação de novos episódios e o lançamento e manutenção do *website* depende do contato com apoiadores e patrocinadores.

A determinação em produzir dois episódios surgiu após a experiência de filmagem do primeiro vídeo, no qual foram cometidos diversos erros que impossibilitariam a manutenção de várias partes das entrevistas, resultado em poucas opções para a montagem. Em termos técnicos a maior dificuldade foi em relação a captação e edição do áudio, sendo esta justificável, pois considera-se essa área a mais afastada das competências de um designer visual. Contudo, houve uma melhoria na qualidade do áudio do segundo episódio.

Em relação ao conteúdo dos vídeos, embora se tenha definido o tema de cada episódio, é difícil que fatos do período de adaptação não sejam mencionados no vídeo que trata sobre as expectativas dos pais e vice versa. Os assuntos estão interligados e o tema de cada episódio se refere ao direcionamento geral. Os depoimentos obtidos para o segundo episódio foram mais densos, e a supressão de alguns trechos cortaria informações valiosas para futuros pais e por isso, a duração desse episódio é superior em relação ao primeiro .

Pode-se afirmar que a realização do presente projeto contribuiu para a consolidação do conhecimento acerca do design de identidade visual, e despertou o interesse a outra área de atuação do designer visual, a produção cinematográfica. O projeto ofereceu oportunidade de aprendizado de todas as etapas de realização de um filme, roteiro, produção, direção e edição. Além disso, outras habilidades foram desenvolvidas entre elas, relacionamento com o público-alvo, apoiadores do projeto, entrevistados, e equipe de assistentes de gravação. Também houve aprendizado na área financeira por meio da administração dos custos do projeto.

Retomando os aspectos relacionados à responsabilidade profissional abordados na fundamentação teórica, Frascara (2000) observa que o envolvimento de um profissional do design gráfico em um problema de caráter social, possibilita que as questões de responsabilidade sejam identificadas, refletidas e colocadas em prática. O autor estabelece dimensões de responsabilidade, as quais são relacionadas a seguir com o projeto visual desenvolvido ao longo deste TCC.

A responsabilidade ética, definida como a capacidade de criar mensagens visuais compreensíveis pelo público alvo. Considera-se o envolvimento com os participantes do Grupo de Apoio fundamental para as escolhas projetuais em relação a linguagem visual dos vídeos.

A responsabilidade profissional, indicada como a habilidade de criar mensagens reconhecíveis, atrativas e convincentes. Essas habilidades foram exercitadas no esforço para a excelência técnica, por meio do estudo de aspectos da linguagem cinematográfica. Visto que a qualidade dos vídeos contribui para a sensibilização do público-alvo.

A responsabilidade social, caracterizada como a produção de mensagens que contribuam de uma forma positiva para a sociedade. Aspecto contemplado na perspectiva do cumprimento do objetivo geral deste TCC, que se refere a promover os benefícios afetivos decorrentes da adoção tardia junto aos pretendentes à adoção, contribuindo para garantir o direito de toda criança a se desenvolver em um ambiente familiar.





## Referências

ACUMEM. **Human-centered design for social innovation course materials**. 2014. Disponível em: <<http://plusacumen.org/human-centered-design-for-social-innovation-course-materials/>>. Acesso em: 26 jun. 2014.

ADG BRASIL. Associação dos Designers Gráficos. **Código de Ética Profissional do Designer Gráfico**. [2005]. 5 p. Disponível em: <[http://www.adg.org.br/downloads/ADGBrasil\\_CodigoEtica.pdf](http://www.adg.org.br/downloads/ADGBrasil_CodigoEtica.pdf)> Acesso em: 2 jul. 2014

ADOÇÃO LAÇOS DE AMOR. **A campanha**. 2011. Disponível em: <<http://www.portaladoacao.com.br>>. Acesso em: 4 out. 2014.

ANASTASSAKIS, Z. Relações entre design e antropologia no Brasil: discussões a partir de uma trajetória profissional. In: ENCUESTRO LATINOAMERICANO DE DISEÑO, 5., 2010, Buenos Aires. **Actas de Diseño** Buenos Aires: Universidad de Palermo, 2010. p. 34-39.

ANTUNES, C. Design Social - Conceitos e influências. In: INTEGRA DESIGN SEMANA ACADÊMICA, 1., 2012, Pelotas. **Anais eletrônicos...** Pelotas: UFPel / IFSul, 2012. Disponível em: <[http://cearte.ufpel.edu.br/integradesign/arquivos/artigos/produto/carolineantunes\\_designdeproduto\\_designsocial.pdf](http://cearte.ufpel.edu.br/integradesign/arquivos/artigos/produto/carolineantunes_designdeproduto_designsocial.pdf)>. Acesso em: 18 abr. 2014.

APADRINHAMENTO AFETIVO - Porto Alegre 2012. **Programa de Apadrinhamento Afetivo**. Disponível em: <<http://apadrinhamentoafetivopoa.ning.com>>. Acesso em: 30 mai. 2014.

BERGER, J. L. **Aspect Ratios**. Disponível em: <[http://www.widescreen.org/aspect\\_ratios.shtml](http://www.widescreen.org/aspect_ratios.shtml)>. Acesso em: 4 out. 2014.

BRAGA, M. C. (Org.). **O papel social do design gráfico: história, conceitos & atuação profissional**. Edição. 1 ed. São Paulo: Senac. 2011.

BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. **Encontros e desencontros da adoção no Brasil: uma análise do Cadastro Nacional de Adoção**. 2013. Disponível em: <[http://www.cnj.jus.br/images/pesquisas-judiciarias/Publicacoes/pesq\\_adoacao\\_brasil.pdf](http://www.cnj.jus.br/images/pesquisas-judiciarias/Publicacoes/pesq_adoacao_brasil.pdf)>. Acesso em: 4 mar. 2014.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Lei nº 8.069, promulgada em 13 de julho de 1990. Publicada no Diário Oficial da União, de 16 de julho de 1990, e retificada em 27 de setembro de 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm)>. Acesso em: 20 mai. 2014.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Promulgada em 05 de outubro de 1988.

Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 13 jun. 2014.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial dos Direitos Humanos. Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente. **Plano Nacional de Promoção, Proteção e Defesa do Direito de Crianças e Adolescentes à Convivência Familiar e Comunitária** / Secretaria Especial dos Direitos Humanos. Brasília-DF: Conanda, 2006. 130 p.

BROWN, T. **Change by Design**: how design thinking transforms organizations and inspires innovation. Estados Unidos: Harper Business, 2009. 264 p.

BROWN, T; WYAT, J. Design Thinking for Social Innovation. **Stanford Social Innovation Review**, [S.l.], v. 8, n. 1, winter 2010. Disponível em: <[http://www.ssireview.org/articles/entry/design\\_thinking\\_for\\_social\\_innovation](http://www.ssireview.org/articles/entry/design_thinking_for_social_innovation)>. Acesso em: 3 jun. 2014.

COSTA, N. R do A; ROSSETTI-FERREIRA, M. C. Tornar-se Pai e Mãe em um Processo de Adoção Tardia. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, Porto Alegre, v. 20, n. 3, mes. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/prc/v20n3/a10v20n3.pdf>>. Acesso em: 19 abr. 2014.

DORST, K. The nature of Design thinking. In: Design Thinking Research Symposium, 8., 2010, Sydney. **Anais eletrônicos...** Sydney: University of Sydney, 2010. p. 131-139. Disponível em: <<http://www3.nd.edu/~amurniek/assets/DTRS8-Dorst.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2014.

EBRAHIM, S. G. Adoção Tardia: altruísmo, maturidade e estabilidade emocional. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, Porto Alegre, v. 14, n. 1, p. 73-80, 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/prc/v14n1/5208.pdf>>. Acesso em: 21 jun. 2014.

EUROPEAN COMMISSION. **Guide to social innovation**. 2013. Disponível em: <[http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/presenta/social\\_innovation/social\\_innovation\\_2013.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/social_innovation/social_innovation_2013.pdf)>. Acesso em: 19 jun. 2014.

FILMMAKERIQ.COM. **The changing shape of cinema**: the history of aspect ratio. 2013 (18 min). Disponível em: <<https://vimeo.com/68830569>>. Acesso em: 4 out. 2014.

\_\_\_\_\_. **The history of sound at the movies**. 2014a (33 min). Disponível em: <<https://vimeo.com/103099450>>. Acesso em: 8 out. 2014.

\_\_\_\_\_. **The science and engineering of sound**. 2014b (17 min). Disponível em: <<https://vimeo.com/103862254>>. Acesso em: 8 out. 2014.

FOOD REVOLUTION DAY. 2014. Disponível em: <<http://www.foodrevolutionday.com/free-stuff/>>.

Acesso: 26 jun. 2014.

FRASCARA, J. **Diseño gráfico para la gente**: comunicaciones de masa y cambio social. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 2000. 54p. Disponível em: <[http://www.farq.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno\\_grafico\\_para\\_la\\_gente\\_frascara.pdf](http://www.farq.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno_grafico_para_la_gente_frascara.pdf)>. Acesso em: 18 abr. 2014.

GERBASE, C. **Cinema**: primeiro filme: descobrindo, fazendo, pensando. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2012. 275 p.

HASSO PLATTNER INSTITUTE OF DESIGN. **Bootcamp bootleg**. 2010. Disponível em: <<http://dschool.stanford.edu/blog/2009/12/16/the-bootcamp-bootleg-is-here/>>. Acesso em: 26 jun. 2014.

HESCHLE. **Removed**. 2013 (13 min). Disponível em: <<https://vimeo.com/73172036>>. Acesso em: 4 out. 2014.

IDEO; RIVERDALE. **Design thinking for educators**. 2012. Disponível em: <<http://www.designthinkingforeducators.com/toolkit>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

IDEO. **Human-Centered Design toolkit**. 2009. Disponível em: <<http://www.hcdconnect.org/toolkit/en/download>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

IKUTA, M. Y. **A chegada do filho adotivo**. 2014a. 1 gravura, color., 42 cm x 59,4 cm. Coleção particular.

\_\_\_\_\_. **As expectativas dos pais**. 2014b. 1 gravura, color., 4293 pixels x 1614 pixels. Coleção particular.

\_\_\_\_\_. **Período de adaptação**. 2014c. 1 gravura, color., 1591 pixels x 476 pixels. Coleção particular.

INSTITUTO AMIGOS DE LUCAS. **Informação Básica**. Disponível: <<https://www.facebook.com/amigosdelucas/info>>. Acesso: 26 jun. 2014.

JOHNSON, W. S. et al. **A history of photography**: from 1839 to the present. Alemanha: Taschen, 2005. 729 p.

KODAK. **George Eastman**. Disponível: <[https://www.kodak.com/ek/US/en/Our\\_Company/History\\_of\\_Kodak/George\\_Eastman.htm](https://www.kodak.com/ek/US/en/Our_Company/History_of_Kodak/George_Eastman.htm)> Acesso: 17 out. 2014.

LEVY, L; PINHO, P. G. R; FARIA, M. M de; “Família é muito sofrimento”: um estudo de casos de

“devolução” de crianças. **PSICO**, Porto Alegre, v.40, n. 1, jan./mar. 2009. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistapsico/article/view/3730/4142>>. Acesso em: 12 jun. 2014.

MACHADO, L. A. **Design e linguagem cinematográfica: narrativa visual e projeto**. São Paulo: Blucher, 2011. 136 p.

MARGOLIN, V; MARGOLIN, S. Um “Modelo Social” de Design: questões de prática e pesquisa. **Revista Design em Foco**, Salvador, v. 1, n. 1, jul./dez. 2004. Disponível em: <<http://designparasustentabilidade.files.wordpress.com/2010/06/um-modelo-social-de-design.pdf>>. Acesso em: 19 abr. 2014.

MASCELLI, J. V. **Os cinco Cs da cinematografia: técnicas de filmagem**. São Paulo: Summus Editorial, 2010. 287 p.

MISSING CHILD. **Imagem**. Disponível em: <[http://awardssubmit.cn/missingchildren/epica\\_1/images/promo\\_07.jpg](http://awardssubmit.cn/missingchildren/epica_1/images/promo_07.jpg)>. Acesso: 26 jun. 2014.

MURRAY, R; CAULIER-GRICE, J; MULGAN, G. **The open book of social innovation**. National Endowment for Science, Technology and the Art, 2010. 222 p. Disponível em: <[http://desis-dop.org/documents/10157/12818/Murray,+Caulier-Grice,+Mulgan+\(2010\),+The+Book+of+Social+Innovation.pdf](http://desis-dop.org/documents/10157/12818/Murray,+Caulier-Grice,+Mulgan+(2010),+The+Book+of+Social+Innovation.pdf)>. Acesso em: 2 jul. 2014.

PUCCINI, S. **Documentário e roteiro de cinema: da pré-produção à pós-produção**. 2007. 250 f. Tese (Doutorado em Multimeios) - Programa de Pós-Graduação em Multimeios do Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007. Disponível em: <[http://www.livrosgratis.com.br/arquivos\\_livros/cp141999.pdf](http://www.livrosgratis.com.br/arquivos_livros/cp141999.pdf)>. Acesso em: 13 out. 2014.

PUCCINI, S. Introdução ao roteiro de documentário. **Revista Digital de Cinema Documentário**, [Covilhã], n. 6, p. 173-190, ago. 2009. Disponível em: <[http://www.doc.ubi.pt/06/artigo\\_serjio\\_puccini.pdf](http://www.doc.ubi.pt/06/artigo_serjio_puccini.pdf)>. Acesso em: 7 out. 2014.

RIVELLO, C. **Desmistificando a síndrome de Down**. TEDxFloripa, 2013, (14min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Phi9LeYv6K0>>. Acesso em: 30 jun. 2014.

RÜCKERT, B. A. **O Orelhão como suporte: resgate da função e redefinição de funcionalidades através do design participativo**. 2013. 311 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/70354>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

SANDERS, E. B.-N. Postdesign and Participatory Culture. In: **USEFUL AND CRITICAL: THE POSITION**

OF RESEARCH IN DESIGN, 1999, Tuusula. **Anais...** Tuusula: University of Art and Design Helsinki (UIAH), 1999.

SANDERS, E. B.-N; BRANDT, E; BINDER, T. A framework for organizing the tools and techniques of participatory design. In: PROCEEDINGS OF THE 11TH BIENNIAL PARTICIPATORY DESIGN CONFERENCE, 11., 2010, Sydney. **Anais...** Sydney: 2010. p. 195-198.

SASSON, M. D. H; SUZUKI, V. K. Adoção de crianças maiores: percepções de profissionais do Serviço de Auxílio à Infância. **Revista de Psicologia da UNESP**, São Paulo, v. 11, n. 2, 2012. Disponível em: <<http://www2.assis.unesp.br/revpsico/index.php/revista/article/viewFile/184/299>>. Acesso em: 20 jun. 2014.

SILVA, J. A da; **Adoção de crianças maiores: percepções e vivências dos Adotados**. 2009. 115 f. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Psicologia) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009. Disponível em: <[http://www1.pucminas.br/documentos/dissertacao\\_jaqueline\\_araujo.pdf](http://www1.pucminas.br/documentos/dissertacao_jaqueline_araujo.pdf)>. Acesso em: 12 jun. 2014.

SINDCINE. **Tabela de pisos salariais para videos, programas para tv e conteúdo audiovisual para a internet**. 2014. Disponível em: <[http://www.sindcine.com.br/site/conteudo\\_site/convencao\\_coletiva/Integra\\_da\\_Convencao\\_Coletiva\\_2011\\_2012.pdf](http://www.sindcine.com.br/site/conteudo_site/convencao_coletiva/Integra_da_Convencao_Coletiva_2011_2012.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2014.

TAKE a Photo, Save a Child. **Human Rights in China**. 19 dez. 2012. Disponível em: <<http://www.hrichina.org/en/crf/article/6457>>. Acesso: 12 jun. 2014.

VESK, N. **Abductive thinking creates innovation**. 30 ago. 2012. Disponível em: <<http://www.nilsvesk.com/blog/2012/8/30/abductive-thinking-creates-innovation.html>>. Acesso em: 30 mai. 2014.

VIANNA, M. et al. **Design thinking: inovação em negócios**. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012. 162 p. Disponível em: <[http://livrodesignthinking.com.br/livro\\_dt\\_MJV.pdf](http://livrodesignthinking.com.br/livro_dt_MJV.pdf)>. Acesso em: 12 jun. 2014.

WHEELER, A. **Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. 320 p.

WWF Together – App Store Best of 2013. **WWF**. Disponível em: <<https://www.worldwildlife.org/pages/the-world-s-most-amazing-animals-in-one-app>>. Acesso em: 20 mai. 2014.

## Apêndice A – Entrevistas com Especialistas

### 1.1 Entrevista I com ex-presidente do Instituto Amigos de Lucas - Ana Algorta

Data: 25/04/2014

Entrevistada: voluntária no Instituto Amigos de Lucas

Cidade: Porto Alegre

**Simone:** Primeiro eu acho que devo dizer, então, que estou fazendo Design Visual na UFRGS e eu estou entrando no ano final e meu projeto, eles chamam de trabalho de conclusão de curso é bem aberto, você pode escolher qualquer tema, mas tem que fazer o projeto físico. E eu, meu tema é adoção de crianças com foco em como estimular a adoção de crianças.

**Ana:** Bah, maravilha.

**Simone:** Exato.

**Ana:** Faz falta.

**Simone:** É, faz falta, então essa entrevista faz parte dessa pesquisa e eu iniciei em março e eu vou concluir lá em dezembro com o produto final, então eu preciso entender melhor o processo de adoção do Brasil e colher dados. Por isso estou entrevistando todos os pontos de contato. Estou indo nas reuniões para ter contato com os pretendentes, pessoal que ajuda que faz intermediação e preciso entrevistar assistente social, um advogado, uma coisa assim pra entender todos os pontos.

**Ana:** Maravilha.

**Simone:** E saber, identificar principalmente as necessidades e ver o que o design pode ajudar nisso. Tá, então de você eu vou precisar teu nome completo, por favor.

**Ana:** Ana Cristina Latorre Durán de Algorta.

**Simone:** Faixa etária... mais de 30.

**Ana:** Mais de 60 anos.

**Simone:** Qual teu foi teu cargo, tua participação no Instituto?

**Ana:** Eu iniciei a atividade no Instituto como observadora no grupo porque foi quando a filha queria adotar crianças, e eu queria me envolver mais com o assunto da adoção e aí eu fui acompanhando ela no início e me empolguei tanto que... fui me envolvendo no assunto e fui presidente do Instituto durante 4 anos.

**Simone:** Quando tu iniciou?

**Ana:** Ai tu me matas, mas eu acho que foi lá pelo 2012, deixa eu ver, as crianças estão agora com 18 anos, chegou com 5 anos.

**Simone:** Então faz 13 anos.

**Ana:** Gira 13 anos pra trás, foi o começo e 2 anos depois eu virei presidente! [risos] é assim que a gente faz os cálculos.

**Simone:** Ah tá então, 2001, 2003 tu deve ter começado como presidente e ficaste 4 anos.

**Ana:** Sim.

**Simone:** Ótimo então.

**Ana:** Tu sabe como surgiu o Instituto Amigos de Lucas?

**Ana:** Sim, ele surgiu, no início, a primeira presidente foi justamente uma periodista que Helena Martinho e o marido dela, os dois periodistas da RBS, muito engajados na causa da adoção, eles não conseguiam ter filhos biológicos e se inscreveram como pretendentes a adoção aqui no Rio Grande do Sul, nesse intermédio a RBS envia eles pro nordeste (não sei exatamente se foi pro Recife ou pra Bahia) qual cidade, e estando lá, eles já habilitados no Rio Grande do Sul, a ideia deles era adotar na volta dessa empreitada para o nordeste. Estando lá avisam pra eles que tinha nascido um bebêzinho que estava, saía de alta hospitalar, muito fragilizado e que ia pra umas freiras que iam cuidar dele, mas que seria o ideal que ele que pegassem imediatamente pra ele não entrar na fila da adoção... lá ela se foi nesse mesmo dia, liga para o marido que estava de viagem e disse olha eu vou buscar o nosso filho pro, então como? que se? Não não, tem uma criança que nasceu e que eu vou buscá-lo e não sei o quê. Chegaram lá e ela bateu na porta às 10 no convento, às 10 da noite e atende uma freirinha pela janela e diz não, nós agora tá fechado, não podemos lhe abrir. Não não, é que meu filho está aí! ela disse: “como que seu filho está aí?” “Sim, sim um bebezinho assim” Sei que revolveu céus e terras e levou a criança com ela e que no se quê e com o passar do tempo o marido brincava com ela, trocando fralda e “Ah, nosso neguinho!” “Ah, nosso neguinho!”, ela disse não diga pro Lucas (Lucas se chama o gurizinho) não diz pro Lucas de neguinho. Mas Helena tu não viu que ele é negro? “Não, não é negrinho!” Bom, tal discussão, foi no pediatra e pergunta: “doutor, essa criança é negra?” e disse “é um nordestino típico” que não sei o que. A criança é um “negrãozinho”, hoje deve estar com 18-19 anos e lindíssimo e eles toparam e fascinados. “Filho do pai pra ser mais filho”, é uma bobagem. Eles batalharam muito com essa ideia, depois adotaram duas crianças. Hoje parece que eles estão morando em São Paulo, foram pra Brasília e por isso deixaram o Instituto. Mas eles são muito militantes da causa.

**Simone:** Como funciona a organização do Instituto?

**Ana:** Neste momento eu estou meio afastada por questões práticas. Mas é uma presidência, tem uns conselheiros e tem um grupo de apoio, de pessoas voluntárias. Todo mundo é voluntário, ninguém recebe um tostão. Sendo que na época em que eu estava na presidência, tinha muito trabalho porque a gente participava das reuniões do conselho municipal, participava muito da questão da rede social para apoiar a instituição. Eu não sei neste momento se eles estão tendo pernas pra isso. É uma coisa, a causa é por um lado é uma causa que pode ficar na instituição, mas eu acho que é uma questão também de trabalhar a rede pública, as políticas públicas. Então vai te envolvendo e vai te sulgando e é muito trabalho.

**Simone:** Em relação às reuniões, as reuniões fazem parte do grupo de apoio?

**Ana:** Sim, o grupo de apoio, com essas reuniões mensais. Onde se esclarece, se faz um trabalho com os pretendentes à adoção para mudar aquele paradigma que o centro da questão da adoção não são eles pais querendo filhos e sim crianças precisando de pais. Esse pra mim é a grande mudança que deve existir nas pessoas, porque nós sabemos que criança institucionalizada ou abandonada cresce com o estigma do abandono, tu sabes que aqui na nossa comunidade temos dois abrigos bem pertinho. As pessoas olham pra aquelas crianças como seres alheios a nossa realidade. Temos também a luta para o não presídio, que chamam de presídio e não é mais do que um lar para menores infratores e que a sociedade tenta afastar-

se o mais possível. Esse paradigma para mim é o fundamental que tem que ser tratado e nesse sentido eu acho que as coisas regrediram um pouco. Ou seja, na relação ao Instituto, eles estão muito a resolver a situação da adoção mesmo mas não com uma visão geral. E isso é o que me fez afastar um pouco.

**Simone:** Em relação aos casais que chegam para as reuniões. Vocês fazem controle de presença? Precisa ter uma assiduidade ou não?

**Ana:** Isso numa época o judiciário encaminhava os casais para o Instituto para fazer justamente toda essa preparação, esses esclarecimentos sobre o tempo de espera e tudo isso. E numa época, eles viam com bons olhos a participação dos casais no Instituto em outra época se viu com maus olhos porque o Instituto criticou muito a atividade do Judiciário, a lentidão para adoções e tudo. Então, se fez um afastamento, eu não sei neste momento com as pessoas que estão assumindo a questão da adoção no Judiciário como está a relação com o Instituto. Isso tudo terias que perguntar para a Rosi. Não podendo falar com a Rosi, fala com o Riva que é o vice-presidente que é muito próximo.

**Simone:** Em relação, bom, você já falou um pouquinho das tuas experiências, o que tu acha que mudou em relação a adoção e pra ti quais que foram as principais conquistas no tempo que tu estava lá? Pode ser em relação a tudo, casal.

**Ana:** Aquela época, foi, eu diria uma época de muito trabalho no Instituto, se trabalhava com adoção, mas também se trabalhou com famílias acolhedoras que é um programa sumamente interessante que eu acho que está suspenso porque aí teve um entrave com o Judiciário. O Judiciário via nas famílias acolhedoras em vez de um colaborador, uma maneira de driblar as adoções. Eles argumentavam que as pessoas uma vez que cuidavam da criança queriam ficar com as crianças e que era uma maneira de furar a fila das adoções e que não sei o quê. O que de fato as vezes acontecia, mas eu falava com um dos juízes, e eu sou avó, não quero ficar com nenhuma criança, mas eu cuidaria duma criança por um tempo na minha casa, daria todo o carinho que é o que a criança precisa e isso nós não conseguimos nunca enfiar na cabeça do Judiciário, eles preferem botar numa Instituição onde é o anonimato, onde a criança é atendida por turnos de profissionais, alguns muito bons, outros sabemos que não tanto que sai caríssimo pro Estado. Porque é um absurdo o que se paga por estes profissionais. Quando numa família sairia muito mais economico, a criança estaria bem acompanhada, mas também claro as famílias, tem famílias e famílias.

Mas esse pra mim foi um grande logro, mas outro grande logro foi o apadrinhamento afetivo que é outro programa que o Instituto tem, não sei nesse momento como está. Mas é muito importante para aquelas crianças com um perfil de que não vão ser adotadas, ter uma referência. Hoje em dia eu tenho um afilhado que está com 24 anos e toda a vez que ele perde o emprego ou que retoma com outro emprego me liga pra me dar satisfação. Para ver como é que estamos, não sei o quê. Ou seja, ele optou depois de sair do abrigo, por viver com sua família biológica, o pai que é a única coisa que ele tem na vida, muito ligado com o pai que é bêbado que nunca cuidou dele e tudo e que agora ele ainda exige que que faça um neto pra ele antes dele morrer. Ele disse, eu não vou fazer neto porque tu não cuidou de mim, eu também não tenho condições de cuidar de uma criança. Então são essas coisas que são muito gratificantes porque



mesmo que a gente não tenha um convívio e tudo, pra ele fomos uma referência e continuamos sendo referência.

**Simone:** Legal mesmo. E como é que foi a tua relação com os casais pretendentes, era muito próxima, ou tu só tinha contato nas reuniões de apoio?

**Ana:** Não, tínhamos contato depende de cada casal, cada família tem o seu perfil. Mas tinha pessoas que te procuravam como um assessor pra ele pessoalmente e toda a gama. Teve inclusive uma família que adotou uma criança, essa criança tinha muito problema e a gente inclusive assessorou de eles entrarem no Judiciário pedir uma reclamação porque essa criança vinha de um abrigo que tinha sido negligenciada e eles precisavam que o Estado desse um apoio especial pra ele. E eles entraram na Justiça e tudo. Então, das diferentes áreas a gente tentava ajudar, tinha advogado no Instituto e tudo que muitas vezes na parte Jurídica, outras vezes era a parte psicológica, tem psicólogos também voluntários no Instituto. Então nesse aspecto, acho que sim.

**Simone:** E o que tu notava a respeito do perfil dos casais, era bem variado ou não?

**Ana:** Sim, muito variado, geralmente todos chegavam com a expectativa de um bebê e isso ia mudando com o tempo, né. Isso era muito engraçado que a gente via que quando eles chegavam pretendiam uma coisa e quando saíam a criança e as vezes não tinha nada a ver. Tinha outros casos, o que queriam eram um bebê e esperaram 5 anos e meio por um bebê. E a bebê com tal sorte deles, que a guria hoje está como com 10 anos a menina, é idêntica com a mãe. Mas ela batalhou e sofreu, toda vez que aparecia uma criança pra adoção ela perguntava pro marido e ele dizia, eu te disse que queria um bebê recém nascido e ele não mudava, sofria, o casal sofria muito porque ela estava ansiosa e tudo. Até que um dia ligaram pra ela e disseram que a menina estava esperando.

**Simone:** Em relação as dúvidas que os casais chegavam, como vocês esclareciam? Muitas das dúvidas vão se esclarecendo. Porque no início chegam com muita ansiedade. Acho que a primeira reunião, eles nem aproveitam a metade das coisas que se falam só da ansiedade que eles carregam, mas depois com o tempo quem tem paciência aparecem numa reunião e não aparecem mais né. Tem outros que aparecem a mãe, a vó e todos... toda a família participando. Mas eu acho que é uma elaboração que eles vão vendo com o passar do tempo né. Eu diria que pelo menos 6 meses de reunião. São 6 reuniões pra eles amadurecerem a questão da adoção e tudo e estarem mais preparados.

**Simone:** O Instituto usa alguma ferramenta, alguma forma além das reuniões do verbal para esclarecer essas dúvidas?

**Ana:** Não. São as reuniões mensais, as vezes se trazem palestrantes, outras fazem se trazem vídeos e tudo, mas é sempre dentro da reunião. As pessoas que estão na direção são todas muito ocupadas na questão que tem que trabalhar, tem filhos adotivos, e não tem um nem dois. Eles tem que correr muito e realmente acho que isso também faz com que criar alguns problemas de atendimento e todo mais, mas eles estão sempre disponíveis a atender telefonicamente e tudo isso.

**Simone:** E na tua visão por que há tanta dificuldade na adoção de crianças maiores de 2 anos?

**Ana:** Eu acho que hoje em dia eu te diria maiores de 6, 7 anos porque até crianças de 4 e 5 estão sendo bastante requisitadas. É aquele mito de que a história da criança vai nos atrapalhar e de fato também temos situações de crianças muito prejudicadas, pelo abandono, pela negligência de estarem nos abrigos e sequelas afetivas que afetam também o intelectual. Então né, nem todo mundo tem a estrutura para acompanhar essas situações né. Até posso te comentar situações dentro da nossa família em que claro os pais tem certas expectativas, pegaram crianças de 5 e 3 anos, mas com um jeito de ser que de fato não tem nada a ver com o da família, com o ritmo da família. São crianças lentas, são crianças acostumadas a receberem tudo, a não lutar por nada, e isso é uma sequela do abrigamento porque eles no abrigo têm comida, tem tudo e não tem ninguém que estimule eles a outra coisa que não aquilo. E isso marca muito. Então crianças maiores, geralmente trazem sequelas desse tipo.

**Simone:** Tá, então como tu tinha comentado antes, se fosse um cenário ideal em que todos os pretendentes não elegessem um perfil específico de criança a ser adotada, priorizando só o interesse da criança. Eles chegariam eu quero adotar. Qual seria o critério

ideal para você de adoção. O que deveria ser prorizado se não fosse o pretendente em si. O que deveria ser ter em conta.

**Ana:** Em primeiro lugar a anecessidade das crianças, eu acho que tem muita criança querendo uma família, e isso não é muito escutado, né, na realidade. Tem outros que não, a minha neta sempre disse, eu não queria morar com vocês, eu disse que eu queria morar sozinha, eu vim aqui porque o juiz disse que criança morar sozinha não pode. É até hoje, ela diz que quer morar sozinha. Só que ela não tem nenhuma estrutura para morar sozinha, foi tão judiada que ela não procurava uma família. Então, eu acho que essas coisas devem ser mais trabalhadas, devem ser mais escutadas essas crianças. E nos abrigo infelizmente, é uma massa de criança que ninguém atende, ou seja, são levados para os atendimentos, mas não aquela coisa individual. Eles não se sentem indivíduos, não se sentem queridos, nem tem ninguém que sonhe que eles vão ser alguma coisa. Isso é uma marca que é indelével. Assim como marcas de queimaduras, de maus tratos da família biológica. Mas isso que ninguém espere nada de ti. É uma coisa muito séria que tem que mudar.

**Simone:** E tu poderia me indicar uma outra pessoa, algum casal que estaria receptivo para uma entrevista que tenha adotado, pode ser um casal, pode ser outra pessoa que tenha se envolvido na mesma época contigo no Instituto. Qualquer outro contato que você que vai ser válido conversar.

**Ana:** Tem muitas pessoas que adotaram naquela época, eu poderia te dar nomes deles, e telefones perfeitamente.

**Simone:** Queria dizer, muito obrigada, por ter contribuído, vou te mostrar quando chegar lá em dezembro o que eu vou criar. Muito Obrigada!

## 1.2 Entrevista II com Psicóloga Lizianne Cenci

Data: 07/05/2014

Entrevistada: psicóloga no Instituto Amigos de Lucas

Cidade: Porto Alegre

**Simone:** Meu nome é Simone, essa entrevista faz parte da pesquisa inicial do meu trabalho de Conclusão de Curso em Design Visual na UFRGS. O objetivo do meu trabalho é estimular a adoção de crianças e adolescentes e para isso eu preciso entender o processo de adoção do Brasil e o universo dos pretendentes. A metodologia que eu estou usando é chamada de centrada no ser humano. Então, por isso que eu tenho que ter esse envolvimento com meu público alvo e não só com os pretendentes, mas com especialistas como quem trabalha nessa parte. Desde já agradeço a sua atenção.

**Simone:** Teu nome completo.

**Lizianne:** Lizianne Batista Cenci

**Simone:** A tua faixa etária.

**Lizianne:** Eu tenho 45 anos.

**Simone:** Profissão?

**Lizianne:** Psicóloga.

**Simone:** Qual o teu cargo e desde quando você está no Instituto Amigos de Lucas?

**Lizianne:** Desde 2009, daí eu comecei só como psicóloga, fazendo entrevistas no apadrinhamento e depois quando mudou a coordenação, eu assumi a coordenação do apadrinhamento.

**Simone:** Há quanto tempo existe o apadrinhamento afetivo?

**Lizianne:** Desde 2002.

**Simone:** Você acompanha o Grupo de Apoio à Adoção e o Programa de Apadrinhamento Afetivo, ou só um?

**Lizianne:** Os dois.

**Simone:** Na sua visão o perfil dos pretendentes à adoção é diferente do perfil dos pretendentes/candidatas a apadrinhamento afetivo?

**Lizianne:** tem que ser. É diferente assim porque para adoção primeiro é que eles precisam pensar em ter um filho, começa por aí. E lá, a maioria ainda espera uma criança menorzinha, menor de 5 anos. No apadrinhamento só têm crianças maiores de 5 anos. Então aí já tem uma diferença, né. Apesar de, acho que a gente já está se vendo assim mais pessoas na adoção que tão querendo crianças maiores, mas ainda a preferência é até 4 anos, né, na maioria. No apadrinhamento não pode, tem que ser acima de 5 anos, a partir de 5 anos.

**Simone:** Existe ferramentas, material didático (vídeos, sites) que são utilizados no preparo dos futuros padrinhos e madrinhas?

**Lizianne:** Sim, nas oficinas. A gente utiliza, têm um material power point que a gente apresenta. Os palestrantes trazem também. Power point assim. Material didático, tu diz assim impresso? A gente não utiliza. Só o que a gente utiliza no caso nas entrevistas, onde a gente anota. Mas assim, não para dar para eles. Só a documentação que eles tem que providenciar, a

gente entrega a lista de documentação, a gente entrega um passo a passo do dia do encontro com as crianças, como é que deve ser.

**Simone:** Eu vi que são dois encontros.

**Lizianne:** Isso, são dois encontros. Porque assim eles passam pela oficinas, depois eles tem que passar por uma entrevista. Até que a gente está reformulando esse ano, vai ser uma avaliação um pouquinho maior assim. E depois tem que providenciar toda a documentação que o Judiciário e a MB exigem. E depois vai ter o encontro com as crianças que vai ser lá em agosto. E lá eles vão ter dois encontros, nessa festa, é uma festa assim que acontece. Daí eles vão conhecer as crianças, vão interagir, pra se escolherem mutuamente e nesses dois encontros que acontecem a escolha. Aí lá eles tem que anotar pra nós o nome da criança e o abrigo que elas moram. Para a gente também saber, senão como a gente...

Simone: Por que não é único abrigo?

**Lizianne:** Não, são vários que participam de Porto Alegre. E lá eles usam, colocam uma fitinha de identificação nos padrinhos e os candidatos a padrinhos e os candidatos a afilhados colocam uma fita verde no braço. Os acompanhantes colocam vermelha e a gente que trabalha coloca amarela. Então todo mundo fica identificável.

**Simone:** Que interessante.

**Lizianne:** Daí quando o encontram a criança, se acertaram lá, quem vai apadrinhar quem, eles procuram a gente e trocam a fitinha, colocam a vermelha. Para se identificar que já não estão liberados mais. Daí sai com a fitinha vermelha.

**Simone:** Bá, muito interessante mesmo. Agora mudando um pouquinho mais em relação à adoção.

Quais foram as principais conquistas no contexto da adoção que você presenciou? Desde o seu trabalho em 2009.

**Lizianne:** Eu acho que está se mudando um pouquinho essa questão do perfil. Mas é bem lento, a gente vê que já tem pessoas que no início até 3 anos, hoje a gente vê que já têm pessoas que abrem, que aceitam irmãos, então é uma coisa bem lenta. Que aceitam por exemplo, HIV a gente não vê, né. HIV positivo, a gente quase não vê. Que aceitam deficiência, a gente não vê também, então isso ainda não mudou. Mas que aceitam irmãos já está acontecendo mais, no início não tinha assim. Acho que desde a gente começou a trabalhar mais assim no Grupo também. Isso eu estou falando o que a gente vê no Grupo mais né. Que aceitam crianças um pouquinho maior 4-5 anos. Quando surge aqui a criança porque assim a gente tem um trabalho de cadastro. As pessoas que estão habilitadas se cadastram com a gente e a gente tem contato com algumas comarcas de outros Estados que nos avisam quando tem criança disponível para adoção. Aí a gente cruza o cadastro né, com o cadastro que a gente tem dos pretendentes à adoção com o cadastro das crianças que estão disponíveis. Aí quando surge alguma criança maiorzinha, uma pessoa que está disponível para adotar até 5 anos. Mesmo que a criança tenha 6-7 anos a gente entra em contato igual. Porque as vezes a pessoa muda o perfil, né. A pessoa resolve mudar. Me dá a impressão que já estão mais abertos. Porque antigamente era até 3 anos e ponto.

**Simone:** No caso do interesse na adoção tardia, como você vinha comentando. Há algum

aspecto que deva ser mais trabalhado no preparo do pretendente?

**Lizianne:** Pra adoção tardia? Eu acho que é bem a questão que a adaptação é mais delicada na adoção tardia. A criança já tem uma história, assim, têm mais medo de se vincular, então ele reage mais. Quase como uma proporção assim quanto mais ele se sente aceito, mais ele reage de forma negativa, assim. Porque é como se fosse não tivesse acreditando ou querendo se sentir aceito, querendo acreditar que possa ser aceito, que possa fazer parte daquela família. Então ele vai testar os limites, vai. Isso no período de adaptação, por isso eu acho importante que os pais adotivos se preparem bem para essa fase de adaptação, porque é bem delicada e é longa. As pessoas às vezes pensam “ah 3 meses está adaptado”, na adoção tardia, mais ou menos 2 anos. Então é um período longo de adaptação, e os pais têm que estar preparados para isso.

**Simone:** Entende-se que o sentimento de pena e o ato de caridade não devem ser propulsores para uma adoção. Quais são as melhores formas de abordagem para conscientizar os pretendentes?

**Lizianne:** Que não deve?

**Simone:** Quais que devem ser o propulsores? Como é que você conscientiza?

**Lizianne:** A gente trabalha muito assim, quem quer adotar tem pensar em ter um filho. Quem quer fazer caridade vai num abrigo, tu ajuda, leva mantimentos, leva o que precisa, tu faz visita, tu faz festinha. Agora se tu quer adotar, não pode estar movida pelo sentimento de caridade, tem que querer ter um filho. E ponto final, é filho. Não é “ai pobrezinho, coitadinho, quero ajudar”, não pode querer isso. Tu pode até pensar assim, “ai eu vou ajudar, já que têm tanta criança maior, eu vou adotar um maior”, mas porque eu quero ter um filho maior! Ao mesmo tempo vai estar ajudando, mas tu tem que querer ter um filho porque depois é teu filho. E aí tu tem que cuidar do teu filho, não pode cuidar pensando em caridade, “pobrezinho, vou cuidar”. Ele está da fase de adaptação, aprontando, demonstrando toda aquela dificuldade na adaptação de aceitação, vai querer devolver. Porque não era isso que queria. Eu acredito que acontece muita devolução por causa disso, a pessoa não está preparada. A pessoa não foi pensando em ter um filho, foi pensando em fazer um ato de caridade. É um ato de amor, só que o amor tem que ser amor pelo filho. E amor assim mesmo, de tu quer ter um filho teu. Uma vez eu dizia assim. “a pessoa tem que ser meio egoísta, ela tem que querer o seu filho”. Não pode só querer fazer o bem, pode fazer o bem indiretamente porque está adotando uma criança que precisa de uma família e tal. Mas a motivação tem que ser essa, de ter um filho.

**Simone:** Agora a última questão. No encontro do Grupo de Apoio à Adoção, houve alguns relatos de situação de atrito entre os pretendentes e os assistentes sociais. Você poderia me passar o contato de um assistente social para que eu possa identificar as dificuldades enfrentadas por esses profissionais? e já vou fazer, porque eles

**Lizianne:** Tu quer um contato?

**Simone:** Isso, um contato de um assistente social e se tem relatos, eles relataram muita dificuldade, atrito, não houve adequação com a assistente social. Você acha que quando eles passam pela avaliação psicológica também tem isso? É uma situação de muito atrito?

**Lizianne:** É que depende muito, assim. Se a pessoa vai se sentindo muito, se sentindo avaliada negativamente, já com o pé atrás [como se diz]. Tu já vai, qualquer pergunta que ela

faça, tu já vai se sentir mal. Então, depende muito disso, claro que têm aquelas pessoas que se acham num pedestal, né. E como lá elas tem poder, algumas vezes pode acontecer. Mas eu acho que a pessoa tem que ir, tentar ir tranquila. O problema é que as pessoas vão com muita ansiedade, então qualquer coisinha elas também encaram como uma coisa negativa. É que eu acho, as assistentes sociais e as psicólogas têm que fazer uma boa avaliação mesmo. Porque adoção não é brincadeira, né. E não é, eu não vejo que seja a mesma coisa que ter um filho biológico. É uma situação delicada, então a pessoa tem que saber o porquê elas querem adotar. Elas tem que entrar nessa questão da motivação mesmo, né. O que levou, que fantasias têm? Então elas fazem algumas perguntas, que as pessoas às vezes não entendem o porquê estão perguntando. Elas querem investigar, que fantasia a pessoa tem na adoção, “vai fazer o bem”, “vou ajudar”, ou “vou acabar com a pobreza”, sabe elas têm que fazer uma avaliação. Às vezes as pessoas que vão também já se sentem mal porque estão sendo avaliadas. Então já dá o problema, já dá o atrito, né. Então assim, a pessoa já tem que ir e claro, já tem a subjetividade das pessoas que vão entrevistando que também altera, e às vezes incomoda. Mas eu posso te dar um contato, acho que agora eu não lembro.

**Simone:** Pode ser depois, era só para que eu não esquecesse. Muito Obrigada, então!

## Apêndice B – Cadernos de Sensibilização - Kit do Participante Piloto

### 1.1 Agradecimento

Oi, tudo bem?

Meu nome é Simone Uriartt e este material faz parte da pesquisa inicial para o meu Trabalho de Conclusão de Curso em Design Visual na UFRGS.

O objetivo é estimular a adoção de crianças e adolescentes e para isso preciso entender o processo de adoção no Brasil e o universo dos pretendentes à adoção (dificuldades, dúvidas e motivações).

Sua contribuição é muito importante! Obrigada!

### 1.2 Instruções

Cada seção deste livreto é antecedida por uma página explicativa que identifica o tempo médio, materias e formas de preenchimento das questões.

A maioria das seções são respondidas em 10 minutos. O material foi planejado para ser repondido como um diário durante 5 dias, ou seja, uma seção por dia.

Dúvidas: [suriartt@gmail.com](mailto:suriartt@gmail.com)

51. 9667 7016

Este kit contém: lápis, 3 canetas, adesivos, post-it, cola bastão, figuras em papel

### Dados Pessoais

participantes	Sexo	Profissão	Faixa Etária	Estado Civil	Renda Salarial Familiar	Escolaridade	Filhos Biológicos	Habilitado para adoção	Ano e mês do início do processo de adoção
L.p	feminino	pedagoga	31 a 35 anos	casado	mais de 12 salários	ensino superior completo	não	não	
C.p	masculino	bancário	31 a 35 anos	casado	até 8 salários	pós-graduação	não	não	

## Motivações para Adoção

1. Para se sentir mais completo.						
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
L.p				•		
C.p				•		
2. A situação de abandono das crianças.						
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
L.p		•				
C.p				•		
3. Para construir uma família, sendo solteiro por achar a criança na porta de casa/rua.						
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
L.p						•
C.p						•
4. Para proporcionar um irmão a um filho único.						
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
L.p						•
C.p						•
5. Por desejar mais um filho e não poder gerar.						
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
L.p						•
C.p						•
6. Caridade, pena, amor ao próximo.						
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
L.p			•			
C.p		•				
7. Não ter os próprios filhos.						
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
L.p					•	
C.p					•	
8. Por valores religiosos.						
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
L.p						•
C.p			•			



9. Outra motivação:							
	Motivação	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
L.p	[sem resposta]			•			
C.p	[sem resposta]					•	

### Dúvidas

	1. Quais são suas principais inseguranças em relação à adoção?	2. Você se sente seguro quanto ao perfil da criança pretendida?
L.p	Não ter suporte de familiares e amigos por perto; Da criança não se adaptar à família.	Participando das reuniões de apadrinhamento afetivo e grupos de apoio a adoção.
C.p	Adaptação do filho ao lar novo; Adaptação do filho aos pais; Rejeição do filho aos pais; Não ter outros parentes (dos pais) por perto.	Creio que, de maneira objetiva, esse trabalho só ocorrerá a partir do primeiro dia da adoção.

### Apoio

	1. Quando você tem um problema na sua vida, com quem procura se aconselhar?	2. Quais as fontes de informação impressa ou digital que você costuma utilizar para se informar? (liste o nome de jornais, revistas, websites)
L.p	Mãe e marido	Jornais impressos e digitais: Zero Hora, G1, UOL, Diário do Nordeste Revistas: Piauí, Carta Capital, Nova Escola
C.p	Com minha esposa, meus amigos (emocionalmente) mais próximos e meus pais.	ZH, G1 e outros sites afins. Geralmente utilizo um buscador de feeds (flipboard, feedly, etc) e seleciono por assuntos.

## Significado

	1. Na sua opinião como a sociedade compreende o processo de adoção?	2. Na sua opinião como a família compreende o processo de adoção?	3. No seu entendimento, o que significa adotar uma criança?
L.p	Como um processo lento, burocrático e, por muitas vezes, falho.	Depende muita da família, a nossa por exemplo, entende e torce para que aconteça pois é um desejo nosso desde a época de namoro e já estamos junto há 14 anos.	Adotar = amor Adotar é decidir amar, é decidir fazer parte, é permitir que se faça parte.
C.p	Mal, pois se fosse algo de interesse geral, o processo seria rápido, até mesmo pela cobrança que haveria junto às autoridades.	Creio que depende um pouco. A nossa aceita a ideia e entende que é a vinda de um filho.	Fazer nascer uma criança no seio da família. É dar à luz a um filho, independente de sua origem biológica ou idade.

## Sonhos

	1. Na sua visão, como deveria ser o processo de adoção? (escreva, desenhe, explique, use o que achar necessário para se expressar).	2. Imagine que você viajou para o futuro. Passaram-se 100 anos e você desembarca no mundo em 2114. Você observa que o mundo avançou muito em termos humanitários. Explique como as famílias são constituídas e como os pais se relacionam com os filhos. (Escreva, desenhe, explique, use o que achar necessário para escrever a história).
L.p	[ver página seguinte, imagem 1]	[ver página seguinte, imagem 2]
C.p	Primeiro, deveria sempre haver a conscientização dos candidatos a pais, como uma gestação de um filho biológico. As mudanças, os preparos, tudo deveria ocorrer conforme o nascimento de um filho biológico. Em um segundo momento deveria haver mais apoio do Estado, redirecionando os “esforços burocráticos” iniciais em acompanhamento após adoção. No mais, ver questão 2.	Há um conceito no desenho que, quando explicado, parece bobo e perde sua força. Fica melhor quando compreendido e exercido, mesmo estando sujeito à livre interpretação/ manifestação. É assim que tem que ser.  [ver página seguinte, imagem 3]

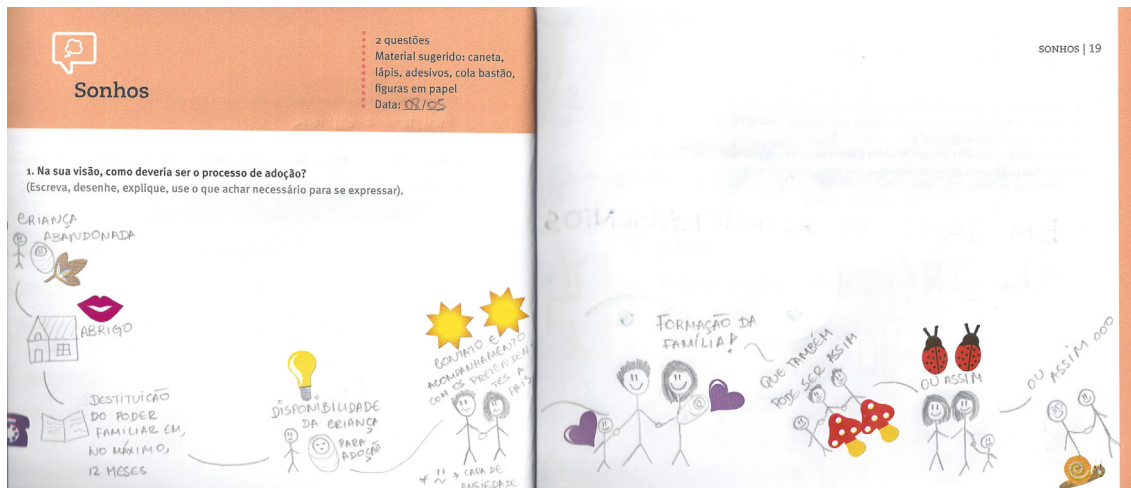


Imagem 1



Imagem 2

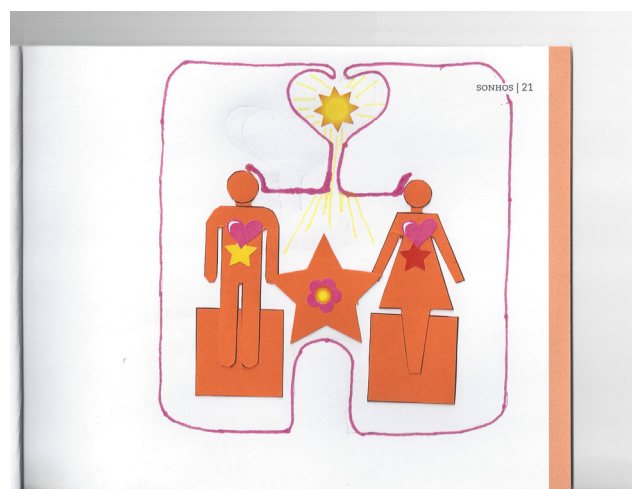


Imagem 3

# Apêndice C – Projeto Gráfico do Kit do Participante

instrução 13

### Oi, tudo bem?

Meu nome é Elisete Soares e este material foi para de propósito mesmo para a sua família de Crianças de Crianças em Situação de Risco (CICRS).

O objetivo é estimular a adoção de crianças e adolescentes para quem quiser conhecer o processo de adoção no Brasil e o contexto das possibilidades de adoção (situações, crianças e motivações).

Sua contribuição é muito importante! Obrigada!

instrução 15

### Instruções

Este kit contém material desenvolvido por uma equipe multidisciplinar que identifica e responde a todas as dúvidas e solicitações que surgirem em todo o processo de adoção no Brasil e o contexto das possibilidades de adoção (situações, crianças e motivações).

A maioria das seções são respondidas em 10 minutos. O material foi planejado para ser respondido como um diálogo durante o dia, não sendo por dia.

Endereço: [soares@pmp.org.br](mailto:soares@pmp.org.br) ou [www.pmp.org.br](http://www.pmp.org.br)

Este kit contém: lista de conteúdos, índice, lista de conteúdos, lista de conteúdos, lista de conteúdos, lista de conteúdos.

### Dados Pessoais

1. Nome: \_\_\_\_\_

2. Sexo:  feminino  masculino

3. Profissão: \_\_\_\_\_

4. Idade da filha:  até 15 anos  16 a 20 anos  21 a 25 anos  26 a 30 anos  31 a 35 anos  36 a 40 anos  mais de 40 anos

5. Estado Civil:  casada  solteira  viúva  separada

6. Renda familiar mensal:  até 1 salário  de 1 a 2 salários  de 2 a 3 salários  de 3 a 4 salários  mais de 4 salários

instrução 17

### 2. Escolaridade

Não concluiu o ensino fundamental

Ensino Fundamental Completo (Primário, Ciclo Completo)

Ensino Médio Incompleto (Segundo Ciclo Incompleto)

Ensino Médio Completo (Segundo Ciclo Completo)

Ensino Superior Incompleto

Ensino Superior Completo

7. Filiação religiosa:  católica  evangélica  outras

8. Motivação para adoção:  sim  não

9. Hábitat para adoção:  em  fora

10. Área e mês de início do processo de adoção: \_\_\_\_\_

DIA 01
?

### Motivações para Adoção

Qual foi a sua maior motivação para querer adotar?

Se quiser, escreva aqui o que motivou sua decisão de adotar. Não precisa escrever se não quiser, mas é importante para nós saber o que motivou sua decisão.

1. Para ser avó ou pai de criança:

para decidir  não decidir  não se aplica

2. A situação de abandono da criança:

para decidir  não decidir  não se aplica

instrução 19

3. Para contribuir uma família, sendo adotado por uma criança na parte de adoção:

para decidir  não decidir  não se aplica

4. Para proporcionar um lar feliz a um filho biológico:

para decidir  não decidir  não se aplica

5. Por desejo mais um filho e não poder gerar:

para decidir  não decidir  não se aplica

6. Cuidado, para, amor ao próximo:

para decidir  não decidir  não se aplica

7. Não ter filhos biológicos:

para decidir  não decidir  não se aplica

instrução 21

8. Por valores religiosos:

para decidir  não decidir  não se aplica

9. Outra motivação:

para decidir  não decidir  não se aplica

DIA 02
?

### Dúvidas

1. Quais são suas principais dúvidas em relação à adoção?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

instrução 23

2. Você se sente seguro quanto ao perfil da criança pretendida?

para decidir  não decidir  não se aplica

3. O que você tem feito para diminuir essas inseguranças?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**DIA 03** Apoio

2 a pergunta  
Identificar o objetivo, o contexto, o tipo e o público

1. Quando você tem um problema na sua vida, com quem pratica se acossar?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

2. Quais as fontes de informação impressas ou digitais que você costuma utilizar para se informar? (Pode ser nome de pessoa, revista, website)  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

avancos | 15

**DIA 04** Significado

2 a pergunta  
Identificar o objetivo, o contexto, o tipo e o público

1. No seu opinião como a realidade compreende a processo de adoção?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

2. No sua opinião como a família compreende a processo de adoção?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

3. No seu entendimento, o que significa adotar uma criança?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

4. Quais são suas expectativas em relação a criança que você pretende adotar?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

avancos | 17

**DIA 05** Sonhos

2 a pergunta  
Identificar o objetivo, o contexto, o tipo e o público

1. No sua vida, como deseja ser a paisagem de adoção?  
 (Crieza, desenho, explique, com o que achar necessário para se expor)  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

avancos | 19

2. Imagine que você não seja pais e filhos. Pense em um país e você adotar um filho em casa. Qual o sonho que você sempre tem em termos humanitários?  
 Qual o sonho de família que você gostaria e como se vai relacionar com ele? (Crieza, desenho, explique, com o que achar necessário para se expor e ilustrar)  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

avancos | 21

**Percepção do Kit**

1. Você encontrou alguma dificuldade no preenchimento das questões?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

2. Como foi a experiência de responder esse kit?  
 (Qual foi a experiência com o subgrupo?)  
 😊 😐 😞 😡

3. Sugestões e/ou críticas?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**Muito Obrigada!**  
 Obrigado por dedicar tempo e esforço a este projeto de uma infância.

avancos | 23

Gratuito em Português | 0800 010 1010  
 www.avancos.org.br  
 51.9460.0000

## Apêndice D – Compilação dos Dados Textuais e Gráficos do Kit do Participante

### Dados Pessoais

participantes	Sexo	Profissão	Faixa Etária	Estado Civil	Renda Salarial Familiar	Escolaridade	Filhos Biológicos	Habilitado para adoção	Ano e mês do início do processo de adoção
A.1	masculino	jornalista	36 a 40 anos	casado	mais de 12 salários	pós-graduação	não	sim	ago. 2012
T.1	feminino	empresária	36 a 40 anos	casado	mais de 12 salários	ensino superior incompleto	não	sim	ago. 2012
L.2	masculino	eng. Civil	31 a 35 anos	casado	até 8 salários	ensino superior completo	não	sim	jun. 2013
N.2	feminino	contadora	31 a 35 anos	casado	até 8 salários	ensino superior completo	não	sim	jun. 2013
A.3	feminino	professora	41 a 45 anos	casado	até 5 salários	pós-graduação	não	em processo	mai. 2014 entrevista com assistente social
F.3	masculino	empresário	36 a 40 anos	solteiro	até 8 salários	ensino superior completo	não	em processo	maio 2014
S.4	feminino	contadora	36 a 40 anos	casado	até 5 salários	ensino superior completo	não	não	2014/05
A.4	masculino	tec. contábil	36 a 40 anos	casado	até 5 salários	ensino superior completo	não	não	2014/05

## Motivações para Adoção

1. Para se sentir mais completo.						
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
A.1			•			
T.1						•
L.2				•		
N.2	•					
A.3					•	
F.3					•	
S.4			•			
A.4			•			
2. A situação de abandono das crianças.						
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
A.1				•		
T.1				•		
L.2			•			
N.2	•					
A.3					•	
F.3					•	
S.4	•					
A.4	•					
3. Para construir uma família, sendo solteiro por achar a criança na porta de casa/rua.						
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
A.1						•
T.1						•
L.2						•
N.2						•
A.3					•	
F.3					•	
S.4					•	
A.4					•	

4. Para proporcionar um irmão a um filho único.						
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
A.1						•
T.1						•
L.2						•
N.2						•
A.3						•
F.3						•
S.4						•
A.4						•
5. Por desejar mais um filho e não poder gerar.						
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
A.1						•
T.1						•
L.2						•
N.2						•
A.3						•
F.3						•
S.4						•
A.4						•
6. Caridade, pena, amor ao próximo.						
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
A.1			•			
T.1						•
L.2			•			
N.2						•
A.3	•					
F.3			•			
S.4						•
A.4						•
7. Não ter os próprios filhos.						
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
A.1			•			
T.1						•
L.2					•	
N.2					•	
A.3					•	
F.3					•	
S.4					•	
A.4					•	



8. Por valores religiosos.							
	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica	
A.1						•	
T.1						•	
L.2			•				
N.2				•			
A.3	•						
F.3			•				
S.4	•						
A.4	•						
9. Outra motivação:							
	Motivação	pouco decisivo		indiferente		muito decisivo	não se aplica
A.1	Desejo de ser pai, também por adoção					•	
T.1	Simplesmente por desejar ter um filho por Adoção					•	
L.2							•
N.2							•
A.3	desejo ser mãe			•			
F.3	ser pai			•			
S.4	para ser mãe por adoção					•	
A.4	para ser pai					•	

## Dúvidas

	1. Quais são suas principais inseguranças em relação à adoção?	2. Você se sente seguro quanto ao perfil da criança pretendida?	3. O que você tem feito para diminuir essas inseguranças?
A.1	Dúvidas sobre adaptação dos pais e das crianças à nova realidade, convivência, conflitos, etc. Também quanto à receptividade da criança aos novos pais e quanto os aceitarão. No caso de crianças com passado de abusos e violência, como lidar com essas situações. Tenho medo de não saber como, mas também sinto que com amor tudo se resolve.	No início do processo queria até 5 anos e havia pensado em irmãos, mas após as conversas com o pessoal do Fórum mudamos para até 3 anos não irmãos.	Iniciei o Grupo Amigos de Lucas 07/junho e pretendo ler mais a respeito e procurar pessoas que adotaram perfis diferentes de crianças.
T.1	Primeiro contato com a criança; adaptação.	Nosso perfil é 0 a 3 anos e estamos repensando.	Pensar que o amor que eu tenho para dar vai ajudar e muito nas minhas inseguranças.
L.2	Adaptação da criança e convivencia no dia-a-dia.	Sim	Não estou inseguro.
N.2	Tenho insegurança em relação a adaptação da criança, pois será uma nova vida tanto para ela quanto para nós.	Acredito que a escolha do perfil é algo que amadureceu com o tempo e somos muito induzidos pela psicóloga.	Tenho estudado bastante sobre esse assunto vejo muito artigos na internet e recentemente começamos a frequentar a ONG amigos de lucas para amadurecer a idéia da troca de perfil.
A.3	É não conseguir ser uma boa mãe, e o que me assusta é ouvir casos em que a criança é retirada dos pais adotivos depois de um certo tempo de convivência.	Seguro.	Procuo ler algo sobre o assunto.
F.3	Tempo de espera; Processo judicial; Pós adoção o acompanhamento dos assistentes sociais por se tratar de profissionais muitas vezes não capacitados pra tal função.	Seguro.	Pesquisas e encontros que tratam do assunto.

	<b>1. Quais são suas principais inseguranças em relação à adoção?</b>	<b>2. Você se sente seguro quanto ao perfil da criança pretendida?</b>	<b>3. O que você tem feito para diminuir essas inseguranças?</b>
S.4	Tenho insegurança com relação a adaptação do adotado. Penso de que forma fazer com que ele se sinta parte da família.	Seguro.	Estamos lendo livros sobre adoção e participando de grupos de pais que já adotaram.
A.4	Me sinto muito seguro em relação a adotar.	Seguro.	[sem resposta]

## Apoio

	1. Quando você tem um problema na sua vida, com quem procura se aconselhar?	2. Quais as fontes de informação impressa ou digital que você costuma utilizar para se informar? (liste o nome de jornais, revistas, <i>websites</i> )
A.1	Antigamente eu não falava com ninguém. Eu era muito fechado e sofria sozinho. Hoje em dia não tenho medo de expor minhas dificuldades, medos e problemas com amigos e esposa, mas ainda posso melhorar a confiança com meus irmãos, pai e mãe. Acredito que às vezes somente conversar com alguém, mesmo um desconhecido, já nos faz ver as coisas de modo diferente.	Web de forma geral (pesquisas); clicrbs; G1; Vida Simples; Zero Hora; Metro (jornal).
T.1	Com minha mãe, meu marido e meus amigos.	clicrbs, fantastico
L.2	Com meus pais.	Jornal
N.2	Depende do tipo de problema geralmente marido, mãe, amigos, família, internet ser for o caso.	Rádio (gaúcha); telejornais locais (RBS, Band, Record); Jornal (O Sul); internet
A.3	Amigas e meu esposo.	Amigos de Lucas; Jornais locais: Extra Classe e Zero Hora
F.3	Esposa, amigos etc...	Internet
S.4	Converso muito com meu marido, com meus pais e minha irmã.	Uso bastante websites como: clicrbs, terra e globo.
A.4	Me aconselho sempre com minha esposa e as vezes com meus pais.	Jornais e websites.

## Significado

	1. Na sua opinião como a sociedade compreende o processo de adoção?	2. Na sua opinião como a família compreende o processo de adoção?	3. No seu entendimento, o que significa adotar uma criança?	4. Quais são suas expectativas em relação a criança que você pretende adotar?
A.1	Acho que entendem como uma "boa ação", e ninguém quer se comprometer para sempre com uma boa ação. Também tem muito preconceito sobre quem será a criança, o que ela "trará" de problemas, etc.	Em geral, as mulheres da minha família (mãe, sogra, irmãs, tias) apoiam a ideia e ficam ansiosas junto com a gente! Já os homens (pai, sogro, irmãos) veem com receio. Sinto que não gostam da ideia mas não chegam a expressar "oficialmente". Mudam de assunto.	Significa receber em minha vida um ser amoroso com quem eu possa conectar meu coração e que consigamos crescer juntos, evoluir nesta vida.	Eu tenho alguma expectativa de que a criança venha e seja comportada, amorosa, etc, mas penso que não posso adotar tendo expectativas, que preciso receber a criança sem esperar nada em troca, mas ainda não é assim aqui dentro. Tenho trabalhado isso até na minha terapia.
T.1	Eu acho que hoje em dia está acontecendo uma mudança quanto ao preconceito. Conheço muito gente que está adotando ou que já adotaram.	Na minha família existe crianças por adoção. Eles são tratados normalmente, como um filho biológico.	Significa dar muito amor e aprender muito com a criança. É muito amor.	Não tenho expectativas. Só quero que ela seja muito feliz em um lar com muito amor.
L.2	A sociedade não compreende.	Não compreende.	Ter um filho.	Nenhuma.
N.2	Acredito que a grande maioria vê como caridade.	Sempre haverá diferença de opiniões enquanto a adoção não se concretizar o que importa é a minha opinião e do meu marido, pois o filho é nosso e nos o aceitamos.	Significa a	Acredito que inicialmente será be, delicado mais com amor tudo se resolverá.
A.3	A sociedade tem dúvidas em relação a adoção e a maioria apoia porém discriminam até por falta de informação. Também preconceito.	Com alguns familiares foi necessário bastante diálogo para aceitarem a nossa decisão. Hoje eles nos apoiam. Tem famílias que acham um problema adotar.	Alegria! Amor ao próximo!	Que eu possa contribuir com o seu desenvolvimento integral e principalmente que ela me chame de mãe e seja carinhosa e feliz.

	1. Na sua opinião como a sociedade compreende o processo de adoção?	2. Na sua opinião como a família compreende o processo de adoção?	3. No seu entendimento, o que significa adotar uma criança?	4. Quais são suas expectativas em relação a criança que você pretende adotar?
F.3	Bem. Hoje possuímos boas informações a respeito.	Se houver definições seguras, compreende bem.	Dividir seu ar com uma criança que precisa, e mais, ambos precisam.	Boas.
S.4	A sociedade ainda não compreende bem o processo de adoção. Ainda se percebe uma certa discriminação em relação a adoção.	As famílias em geral compreendem melhor o processo de adoção pois fazem parte deste processo e todos com o tempo acabam se adaptando.	É tornar-se pai e mãe da criança adotada. É amor, ensinar, educar e transmitir princípios e valores.	Que ela se adapte bem a família, que eu possa oferecer tudo que ela precisa para ser feliz.
A.4	Na grande maioria não compreende a adoção, como forma de formação familiar. Existe muito preconceito quanto a adoção.	As nossas famílias em particular veem com ótimos olhos e as famílias em geral resistem um pouco, mas acabam aceitando e se adaptando com o tempo.	Formar uma família. Pai, mãe e irmãos. E, também proporcionam amor, carinho, compreensão, educação e bons valores.	Não tenho expectativas em relação a criança, o desejo maior é que ela seja feliz e se adapte bem a família, e seja ela mesma.

## Sonhos

	1. Na sua visão, como deveria ser o processo de adoção? (escreva, desenhe, explique, use o que achar necessário para se expressar).	2. Imagine que você viajou para o futuro. Passaram-se 100 anos e você desembarca no mundo em 2114. Você observa que o mundo avançou muito em termos humanitários. Explique como as famílias são constituídas e como os pais se relacionam com os filhos. (Escreva, desenhe, explique, use o que achar necessário para escrever a história).
A.1	Acho que poderia ser mais rápido, mas também penso que a demora acaba servindo para as pessoas refletirem bem sobre a importância da adoção. Deveria haver mais informações aos pretendentes e também uma espécie de preparação dos futuros pais para receberem a criança/adolescente.  [ver página seguinte, imagem 4]	[sem resposta]
T.1	Acho que não deveria haver manipulação por parte da Assistente social e psicóloga nas entrevistas. Os adotantes deveriam ser encorajados a adotar crianças maiores. Deveríamos ter que visitar as instituições e não ser obrigados a assistir um DVD que caso nos desistir da adoção.	[ver página seguinte, imagem 5]
L.2	Como este.	Não consigo imaginar.
N.2	Gostaria que a adoção fosse por afinidade que os casais pudessem frequentar os abrigos a fim de conhecer as crianças. Quem sabe dessa forma teríamos mais adoções tardias. Pois quem se candidata a ser pais adotivos certamente tem amor para dar e muitas vezes traçamos um perfil da criança esperada que com certeza pode ser alterado. Porém a justiça nos faz engessar esse perfil até mesmo nos induzindo a uma criança pequena mas se pudessemos nos aproximar de crianças maiores acredito que seria mais rápido.	Acredito que as famílias tenham apenas 1 filho em sua maioria. As adoções são mais rápidas e normais perante a sociedade, inclusive as interracialis.  [ver página seguinte, imagem 6]
A.3	Rápido e sem tanta burocracia.	[ver página seguinte, imagem 7]
F.3	Deveria ser mais qualificado por parte das pessoas que fazem parte do processo jurídico, ou seja, profissionais mais específicos.	[ver página seguinte, imagem 8]

	<p>1. Na sua visão, como deveria ser o processo de adoção? (escreva, desenhe, explique, use o que achar necessário para se expressar).</p>	<p>2. Imagine que você viajou para o futuro. Passaram-se 100 anos e você desembarca no mundo em 2114. Você observa que o mundo avançou muito em termos humanitários. Explique como as famílias são constituídas e como os pais se relacionam com os filhos. (Escreva, desenhe, explique, use o que achar necessário para escrever a história).</p>
S.4	<p>O processo de adoção deveria ser mais simples. Penso que a destituição do poder familiar deveria levar em torno de 6 meses, pois muitas crianças deixam de ser adotadas em função de serem consideradas “velhas” para adoção. Também seria importante trabalhar com os pais adotantes para que busquem a adoção tardia, pois o mais importante é ser pai e mãe.</p>	<p>As famílias são constituídas de casais heterossexuais e homossexuais. Os pais são mais amigos dos filhos e compreendem melhor as suas dificuldades, assim temos uma sociedade mais feliz.</p> <p>[ver página seguinte, imagem 9]</p>
A.4	<p>Este processo deveria ser mais ágil, com mais incentivo dos órgãos públicos e investimento, pois se trata de crianças em situação de abandono.</p>	<p>As famílias nesta época são constituídas de várias formas, como casais heterossexuais e seus filhos biológicos ou por adoção, casais homossexuais e seus filhos por adoção. Se relacionam de uma forma mais aberta e sem segredos entre pais e filhos os tornando mais próximos e mais amigos.</p> <p>[ver página seguinte, imagem 10]</p>



Imagem 4



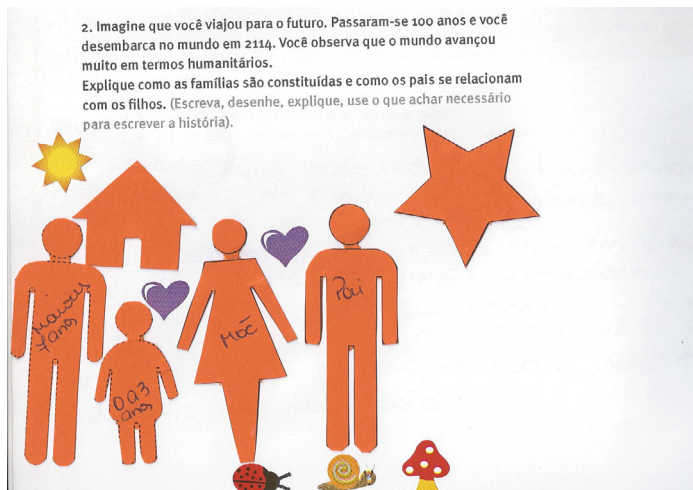


Imagem 5

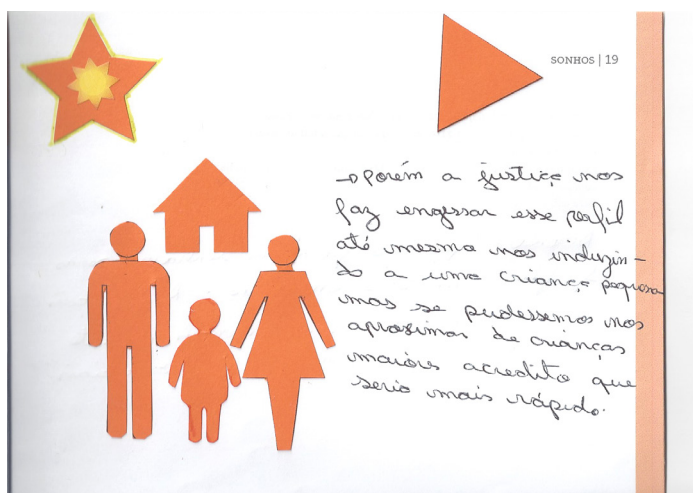


Imagem 6

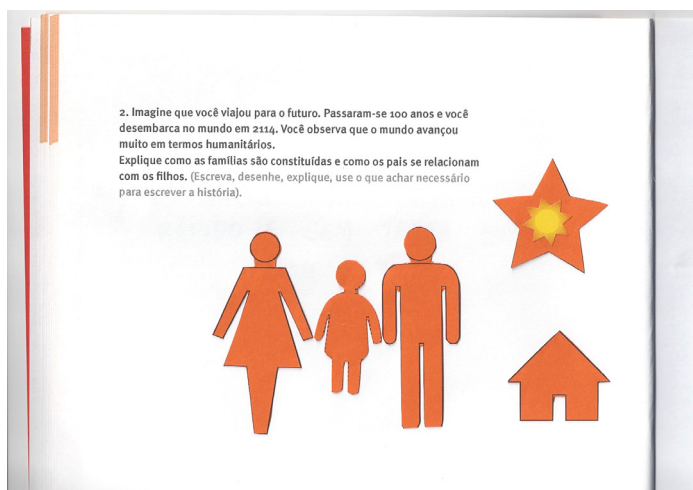


Imagem 7



Imagem 8

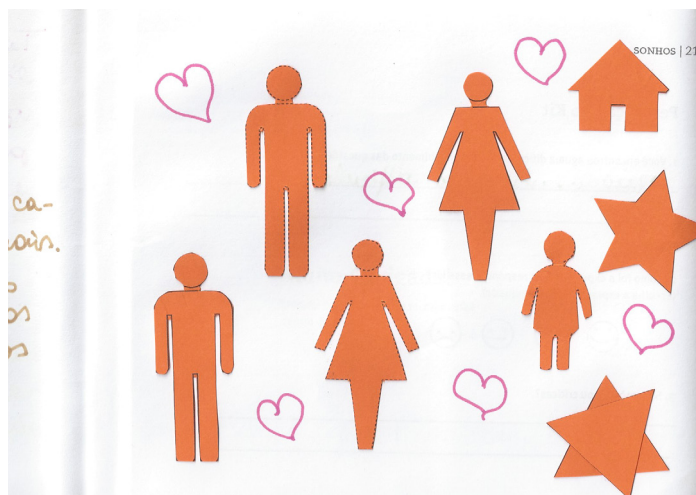


Imagem 9







Imagem 10

## Percepção do Kit

1. Você encontrou alguma dificuldade no preenchimento das questões?	
A.1	[sem resposta]
T.1	Não, tudo muito simples.
L.2	Não
N.2	Sim, questão 2 pág 16 e 2 pág 20
A.3	Não
F.3	Não
S.4	Não, nenhuma dificuldade.
A.4	Nenhuma dificuldade.

2. Como foi a experiência de responder esse kit? (Escolha a expressão mais adequada)				
				
A.1	[sem resposta]			
T.1	•			
L.2			•	
N.2	[sem resposta]			
A.3	•			
F.3	•			
S.4	•			
A.4	•			

3. Sugestões e/ou críticas?	
A.1	[sem resposta]
T.1	[sem resposta]
L.2	[sem resposta]
N.2	[sem resposta]
A.3	Boa sorte!
F.3	Parabéns pelo trabalho
S.4	[sem resposta]
A.4	[sem resposta]

## Apêndice E – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**  
FACULDADE DE ARQUITETURA - CURSO DE DESIGN VISUAL  
Rua Sarmiento Leite, 320, Porto Alegre, RS  
CEP: 90050-170 - Fone: (51) 3308.3116

Trabalho de Conclusão de Curso:

**ADOÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES: CONTRIBUIÇÃO DO DESIGN NA SENSIBILIZAÇÃO DOS PRETENDENTES**

Simone Mello Pereira Uriartt  
Aluna do Curso de Design Visual

Professora Orientadora  
Maria do Carmo Curtis, Departamento de Design e Expressão Gráfica

### **Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE**

Prezado senhor (a)

O respeito devido à dignidade humana exige que toda pesquisa se processe após consentimento livre e esclarecido dos sujeitos, indivíduos ou grupos que por si e/ou por seus representantes legais manifestem a sua anuência à participação na pesquisa.

A presente pesquisa visa contribuir no Trabalho de Conclusão de Curso em Design Visual através do desenvolvimento de um projeto para sensibilizar os pretendentes à adoção de maneira a ampliar o universo de escolha, e assim, diminuir o preconceito em relação à adoção tardia.

Assim, nos dirigimos ao senhor (a) a fim de lhe solicitar seu consentimento para participar nesta pesquisa.

A seguir, apresentamos os itens do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE):

- 1) Este documento atesta que o senhor (a) tem a plena liberdade de se recusar a participar da pesquisa, ou retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma e sem prejuízo ao seu cuidado;
- 2) Este documento garante a manutenção do sigilo que assegure a privacidade dos sujeitos quanto aos dados confidenciais envolvidos na pesquisa;
- 3) Este documento é elaborado em duas vias, sendo uma retida pelo sujeito da pesquisa e uma arquivada pelo pesquisador;
- 4) O registro dos dados obtidos nas entrevistas será em forma de gravação digital e posteriormente transcritos, ou entrevistas com registro manual direto; ou por escrito via email, além de registro fotográficos de produtos desenvolvidos pelos sujeitos da pesquisa (com devida autorização e identificação);
- 5) Com relação à guarda e descarte de dados obtidos, a pesquisadora fica incumbida de manter a guarda dos dados obtidos até a conclusão desta etapa da pesquisa, prevista para dezembro de 2014. Sendo que após esta data os mesmos serão descartados, caso seja solicitado pelo sujeito da pesquisa.

Estou ciente dos termos deste documento e concordo com seu teor

---

assinatura, local e data.



## Apêndice G – Custo do Projeto

Itens	Valor	Unidades
<b>Kits de Sensibilização dos Participantes</b>		
Adesivos diversos	R\$ 3,98	1 pacote
Caneta hidrocor	R\$ 9,98	24
Caneta hidrocor	R\$ 4,98	6
Cola bastão pequena	R\$ 2,85	3
Cola bastão média	R\$ 7,60	8
Envelope papel regular A5	R\$ 0,54	2
Envelope papel reciclável A5	R\$ 2,43	9
Envelope papel reciclável A4	R\$ 0,92	2
Etiquetas circulares	R\$ 3,80	pacote
Fita mágica colorida	R\$ 8,98	1
Lápis preto	R\$ 2,10	3
Lápis preto	R\$ 3,75	5
Papel A4	R\$ 18,25	500 folhas
Papel colorido	R\$ 6,70	10 folhas
Papel colorido	R\$ 6,70	10 folhas
Post it	R\$ 9,50	pacote
<b>Subtotal</b>	<b>R\$ 93,06</b>	
<b>Equipamentos</b>		
Tecido de pelúcia para protetor de vento do microfone	R\$ 31,09	1 m
Limpeza sensor da câmera	R\$ 100,00	
Microfone rode videomic pro shotgun dslr	R\$ 564,83	1
Extensor para vara de boom	R\$ 19,90	1
Lenços de limpeza de lentes	R\$ 25,00	25 lenços
Rebatedor de luz circular	R\$ 180,00	1
Isopor (rebatedor de luz)	R\$ 1,50	1
Filtro densidade neutra (72 mm)	R\$ 185,00	1
Cabo extensão microfone 3m	R\$ 27,00	1
Pilha 9v	R\$ 19,90	1
Parafuso vara de boom	R\$ 2,00	2
<b>Subtotal</b>	<b>R\$ 1.156,22</b>	
<b>Filmagens</b>		
Ingresso Jardim Botânico Produção	R\$ 10,00	
Ingresso Entrevistados	R\$ 10,00	2

Itens	Valor	Unidades
Lanche	R\$ 10,00	
Assistentes	R\$ -	
Transporte	R\$ -	
Aluguel Microfone Rode Videomic Pro Shotgun DSLR	R\$ 40,00	(por um dia)
<b>Subtotal</b>	<b>R\$ 70,00</b>	
<b>Edição</b>		
Trilha sonora	R\$ 150,00	
Pacote de expressões para animação	R\$ 154,00	
Adobe Creative Cloud. Assinatura mensal estudante (3 meses)	R\$ 132,00	
Ilustração	R\$ -	
Fonte Brandon Grotesque	R\$ 270,00	
<b>Subtotal</b>	<b>R\$ 706,00</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 2.025,28</b>	

## Apêndice H – Autorização de Uso de Imagem, Som de Voz e Nome

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**  
 FACULDADE DE ARQUITETURA - CURSO DE DESIGN VISUAL  
 Rua Sarmiento Leite, 320, Porto Alegre, RS  
 CEP: 90050-170 - Fone: (51) 3308.3116

### Autorização de Uso de Imagem, Som de Voz e Nome

Eu, abaixo assinado e identificado, autorizo o uso de minha imagem, som da minha voz e nome por mim revelados em depoimento pessoal concedido para compor o vídeo sobre adoção tardia que faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso em Design Visual na UFRGS da discente Simone Uriartt intitulado “**Contribuição do design visual na sensibilização dos pretendentes à adoção tardia de crianças e adolescentes**”. E que estas sejam destinadas à divulgação ao público em geral.

A presente autorização abrange os usos acima indicados tanto em mídia impressa (livros, catálogos, revista, jornal, entre outros) como também em mídia eletrônica (programas de rádio, *podcasts*, *vídeos* e filmes para televisão aberta e/ou fechada, documentários para cinema ou televisão, entre outros), Internet, Banco de Dados Informatizado *Multimídia*, “home video”, DVD (“digital video disc”), suportes de computação gráfica em geral e/ou divulgação científica de pesquisas e relatórios para arquivamento e formação de acervo sem qualquer ônus a UFRGS ou terceiros por esses expressamente autorizados, que poderão utilizá-los em todo e qualquer projeto e/ou obra de natureza sócio-cultural voltada ao incentivo à adoção de crianças e adolescentes, em todo território nacional e no exterior.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos a minha imagem ou som de voz, ou a qualquer outro, e assino a presente autorização.

Porto Alegre, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2014.

\_\_\_\_\_  
Assinatura

Nome:
Endereço:
Cidade:
RG Nº:
CPF Nº:
Telefone para contato:
Nome do Representante Legal (se menor):



## Apêndice I – *Checklist* para o Dia de Filmagem

### CHECKLIST DIA DE FILMAGEM ADOÇÃO TARDIA

#### IMAGEM

- câmera
- lentes
- bateria carregada
- cartão de memória
- filtro densidade neutra
- tripé
- rebatedor
- lenços de limpeza
- manual da câmera

#### ÁUDIO

- microfone
- haste para microfone
- pilha 9v
- cabo para microfone
- confirmação assistente de áudio

#### FLASH

- 8 pilhas normais
- flash
- cabo flash

#### MISCELÂNEA

- prendedores de roupa
- fita crepe
- grampos
- tesoura
- isopor
- banco
- fita métrica

#### ALIMENTAÇÃO

- lanche
- água

#### DOCUMENTOS

- autorização da locação
- termos de uso de imagem
- planilha de imagem
- prancheta
- perguntas, pré-roteiro

#### ENTREVISTADOS

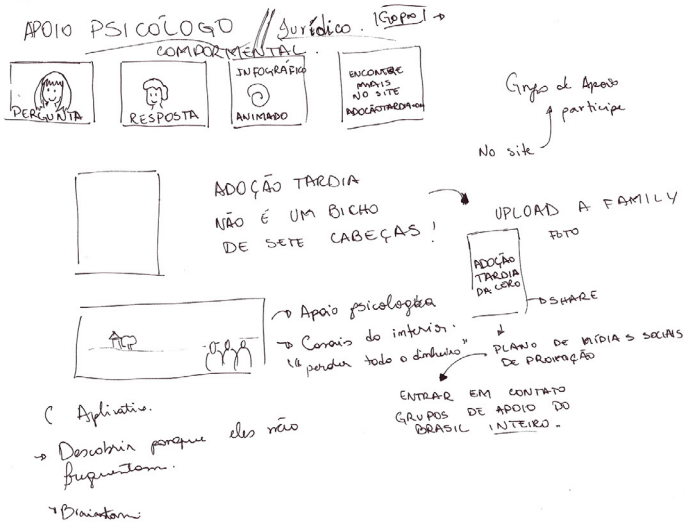
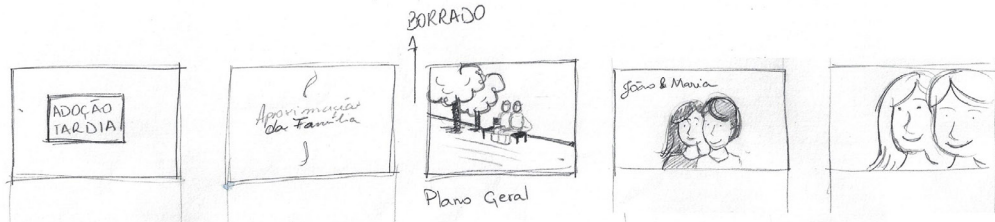
- confirmação
- termo de uso da imagem assinado

#### TRANSPORTE

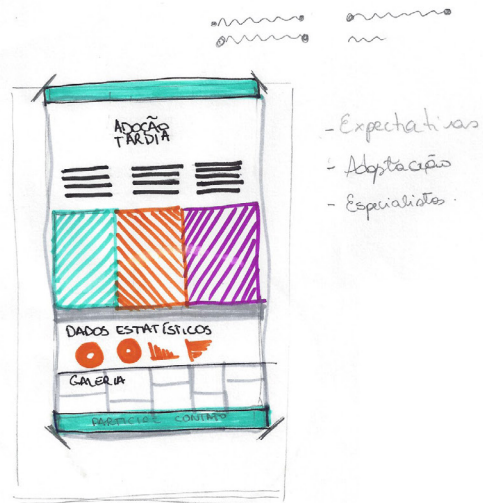
- carro
- gasolina

- computador
- HD externo

## Apêndice J – Esboços Storyboard e Website



Os vídeos são uma maneira de sensibilizar os pretendentes à adoção e considerar a adoção tardia através depoimentos de como os pais adotivos superaram os desafios da adoção, tomada de decisão e assim como os laços formados.



## Apêndice K – Compilação dos Dados do Questionário de Avaliação da Prévia do 1º Episódio

nº	Em qual dessas categorias você se identifica?	Sexo	Profissão	Faixa etária
1	Sou especialista (psicólogo, assistente social ou voluntário envolvido com adoção)	Feminino	professora	mais de 50 anos
2	Sou pai ou mãe por adoção, Minha profissão envolve ações voltadas à adoção (psicólogo, assistente social, voluntário envolvido com adoção ou área de direitos humanos)	Feminino	Professora	41 a 45 anos
3	Sou pretendente à adoção	Feminino	Securitária	36 a 40 anos
4	Sou pretendente à adoção	Feminino	Contadora	36 a 40 anos
5	Sou pai ou mãe por adoção, Minha profissão envolve ações voltadas à adoção (psicólogo, assistente social, voluntário envolvido com adoção ou área de direitos humanos)	Feminino	Psicóloga	46 a 50 anos
6	Sou pai ou mãe por adoção	Feminino	Coordenadora Administrativa	31 a 35 anos
7	Minha profissão envolve ações voltadas à adoção (psicólogo, assistente social, voluntário envolvido com adoção ou área de direitos humanos)	Feminino	bióloga	mais de 50 anos
8	Minha profissão envolve ações voltadas à adoção (psicólogo, assistente social, voluntário envolvido com adoção ou área de direitos humanos)	Feminino	Psicóloga	até 25 anos
9	Sou pretendente à adoção	Masculino	Empresário	31 a 35 anos
10	Minha profissão envolve ações voltadas à adoção (psicólogo, assistente social, voluntário envolvido com adoção ou área de direitos humanos)	Feminino	Psicóloga	31 a 35 anos

<b>nº</b>	<b>Estado Civil</b>	<b>Renda Familiar</b>	<b>Escolaridade</b>	<b>Cidade de sua residência</b>	<b>Você tem filhos biológicos?</b>	<b>Você está habilitado para adoção?</b>	<b>Você tem filhos por adoção?</b>
1	casado	até 8 salários	Pós-graduação	Porto Alegre	Sim	Não se aplica	Não
2	casado	mais de 12 salários	Ensino Superior Incompleto	São Leopoldo	Sim	Não	Sim
3	casado	mais de 12 salários	Ensino Superior Incompleto	Porto Alegre	Não	Sim	Não
4	casado	até 5 salários	Ensino Superior Completo	Porto Alegre	Não	Em andamento	Não
5	casado	mais de 12 salários	Pós-graduação	Porto Alegre	Sim	Não se aplica	Sim
6	casado	até 8 salários	Ensino Superior Completo	Porto Alegre	Não	Sim	Sim
7	viúvo	até 3 salários	Pós-graduação	Porto Alegre	Sim	Não se aplica	Não
8	solteiro	até 3 salários	Ensino Superior Completo	Uberlândia	Não	Não se aplica	Não
9	solteiro	até 8 salários	Ensino Superior Completo	Porto Alegre	Não	Em andamento	Não
10	solteiro	até 3 salários	Pós-graduação	Farroupilha	Não	Não	Não

nº	Duração do episódio: (1=muito curto a 5=muito longo)	Em qual resolução você assistiu ao vídeo?	Qualidade da imagem: (1=pouco nítida a 5=muito nítida)	Qualidade do som: (1=ruim a 5=muito bom)	Em algum momento teve dificuldade de entender o relato dos entrevistados? Em qual?
1	4	Eu assisti ao vídeo em 720p HD ou 1080p HD	5	5	Em momentos do casal em que a Karini se manifesta.
2	3	Eu assisti ao vídeo em 720p HD ou 1080p HD	4	3	Sim, em algumas falas do segundo e terceiros entrevistados.
3	3	Eu assisti ao vídeo em 720p HD ou 1080p HD	5	5	Não, o video está ótimo, muito claro e de fácil entendimento
4	3	Eu não assisti ao vídeo em alta resolução HD.	5	4	Não
5	3	Eu não assisti ao vídeo em alta resolução HD.	5	5	Nenhuma dificuldade.
6	3	Eu assisti ao vídeo em 720p HD ou 1080p HD	3	3	Eu achei lindo o vídeo. Sò achei que a primeira frase não dá um contexto real sobre o conteúdo total do vídeo, a frase solta no início ficou um pouco vago: "De amar ao próximo independente da idade". Realmente é fato no caso de adoção tardia, mas como primeira frase de efeito não dá ideia de que se está falando sobre adoção tardia. Já a frase seguinte ficou ótima pq ele diz "ser pai independente da idade". Somente uma opinião, ok?? No geral ficou maravilhoso! Parabéns!
7	4		5	5	Não tive dificuldade de entender.
8	4	Eu não assisti ao vídeo em alta resolução HD.	5	5	Não, em nenhum momento senti dificuldades.

nº	Duração do episódio: (1=muito curto a 5=muito longo)	Em qual resolução você assistiu ao vídeo?	Qualidade da imagem: (1=pouco nítida a 5=muito nítida)	Qualidade do som: (1=ruim a 5=muito bom)	Em algum momento teve dificuldade de entender o relato dos entrevistados? Em qual?
9	3	Eu assisti ao vídeo em 720p HD ou 1080p HD	5	5	Não
10	3	Eu assisti ao vídeo em 720p HD ou 1080p HD	3	3	Não

nº	O que você acredita que pode melhorar em termos técnicos? Teria sugestões?	Os relatos dos pais adotivos foram relevantes? (1=pouco relevante a 5=muito relevante)	Você consegue lembrar qual bloco foi MAIS interessante? Por que?	Você consegue lembrar qual bloco foi MENOS interessante? Por que?
1	Diminuir de 2 a 3 minutos.	5	Dos conselhos	Não há necessidade de corte do bloco inteiro
2	Somente a correção dos áudios que não compreendi.	5	Da expectativa dos pais versus a realidade na chegada dos filhos.	Não acho que algum bloco deva ser cortado, pois a sequência é relevante para o assunto.
3	Nada	5	Não lembro o nome do bloco, mas a parte que um dos casais fala que tem muito amor para dar para criança, independente da idade. Que eles só queriam amar um criança	Não teve nenhum
4	Não	5	Desafios	Nenhum bloco deveria ser cortado.
5	Não.	5	Desafios e conselhos	Se tivesse que cortar, talvez no início na parte da motivação (pois também é comentado ao final algo sobre isso) ou nas expectativas.
6	Ficou ótimo!!	3	Acho que do casal que adotou o Yago, quando ela conta da ansiedade dela pra ouvir o eu te amo do filho e também quando eles contam que não se deve desistir por causa da burocracia, que na hora certa o filho certo chegará para a família certa, lindo!!!	Todos foram relevantes.

nº	O que você acredita que pode melhorar em termos técnicos? Teria sugestões?	Os relatos dos pais adotivos foram relevantes? (1=pouco relevante a 5=muito relevante)	Você consegue lembrar qual bloco foi MAIS interessante? Por que?	Você consegue lembrar qual bloco foi MENOS interessante? Por que?
7	Sem sugestões. Para mim está ótimo.	5	Expectativa.	Todos são importantes.
8	Dentro de meus conhecimentos as técnicas foram excelentes. Não tenho sugestões.	5	O Bloco que mais chamou minha atenção foi dos pais dos dois irmãos. Quando falam que suas expectativas foram superadas, que, sim, existem atitudes muito semelhantes em crianças e adolescente adotados tardiamente, mas que viram em seus filhos a individualidade. Tratar as crianças como sujeitos é imprescindível para que exista uma família funcional.	Apesar de ter achado um pouco longo, não consigo escolher algo a ser cortado, pois o conteúdo é complexo e necessário ser exposto.
9	Sem sugestões, achamos o vídeo muito bom! :)	5	Do casal Karini e Rodrigo, pois aprendemos muito com o relato deles referente a a respeitar o tempo da criança e não ser tão ansioso, pois a criança pode não se abrir logo de inicio. E isso é normal. :)	Não



nº	O que você acredita que pode melhorar em termos técnicos? Teria sugestões?	Os relatos dos pais adotivos foram relevantes? (1=pouco relevante a 5=muito relevante)	Você consegue lembrar qual bloco foi MAIS interessante? Por que?	Você consegue lembrar qual bloco foi MENOS interessante? Por que?
10	Está tudo ótimo. No entanto, penso que o relato da Rosane, que adotou o Alessandro, não corresponde com a realidade de uma adoção tardia, embora a literatura identifique essas adoções como aquelas realizadas com crianças maiores de 24 meses. A criança até 5 anos de idade ainda é muito desejada pelos pretendentes. A grande dificuldade de inserção de crianças é como nos outros casos apresentados.	3	O bloco "Conselhos" traz boas reflexões para aqueles que se interessam pela paternidade/maternidade através da adoção.	Não cortaria nenhum. Todos foram muito pertinentes.

nº	Quais assuntos você gostaria que fossem abordados nos próximos episódios?	Qual foi a sua impressão do episódio que você assistiu?
1	Questões de caráter legal, indicação de espaços, instituições que atendem a proposta da adoção; Comentar a respeito do perfil das crianças que ficam nos abrigos, suas expectativas, desejos, medos; O relato de algum especialista na área, psicóloga, assistente social.	Foi uma dosagem equilibrada de aspectos racionais , como por exemplo a ênfase dada pelas mães a respeito da necessidade de se informar para a realização da adoção, e por outro lado, a emoção contida do Rodrigo, quando admite a necessidade de respeitar o tempo do filho de nove anos para se habituar a acordar-se para a escola, refletindo a respeito da importância da ajuda da psicóloga.
2	Acredito que a frequência a grupos de apoio à adoção presenciais e virtuais, bem como a leitura de textos sobre adoções necessárias e a realidade das crianças que esperam por famílias nos abrigos, também a equação perfil escolhido versus tempo de espera, seriam assuntos relevantes.	Ótima! Fiquei com vontade de assistir o próximo. :)
3	Talvez o processo que temos que passar antes de receber a habilitação. Tipo: documentação necessária, entrevistas e etc.	Fiquei muito emocionada! As pessoas entrevistadas conseguiram me passar o amor que sentem por suas crianças.
4	As várias etapas do processo de adaptação	Muito boa, bastante didático e interessante.
5	Como lidar com a agressividade quando esta está presente.	Achei muito bem feito e motivador para quem se interessa pelo tema e para possibilitar reflexões sobre a adoção tardia para possíveis adotantes.
6	Acho que a questão do preconceito com relação a adoção. Algumas pessoas encaram a adoção como uma maternidade/ paternidade de segunda categoria, perguntam assim, ah! e vc vai querer teu filho de verdade? Como assim de verdade???	Achei ótimo, e um bom recurso de conscientização, no meu blog mesmo eu gostaria de compartilhar.
7	Entrevista com adultos adotados na infância.	Bem montado, abordando aspectos muito relevantes para o tema.
8	Gostaria de saber como foi para as crianças estar nessas famílias. Como eram suas expectativas de pais, como os imaginavam e como é hoje.	Minha impressão foi de realidade. Ver famílias verdadeiras contando suas histórias faz com que as esperanças sejam alimentadas, possibilitando que crianças que estão “esquecidas” podem ter a oportunidade de convívio familiar, com pais que estão dispostos a amar.

nº	Quais assuntos você gostaria que fossem abordados nos próximos episódios?	Qual foi a sua impressão do episódio que você assistiu?
9	Como abordar a história dele? Quando adotam um bebe, pode-se inventar uma historinha infantil para explicar de forma lúdica como a criança chegou na família. Mas quando é adoção tardia a criança já sabe, e neste caso o que fazemos? Se nao falarmos sobre o assunto,acho que o assunto pode virar um tabú em casa. Mas o que falar e como falar, se ele já sabe que é adotado.	Que a idade não é um empecilho para adotar.
10	Adoção inter-racial, de crianças com problemas de saúde e adoções múltiplas (grupos maiores de irmãos).	Adorei.

nº	Você teria outras sugestões para melhorar o conteúdo dos episódios?	Você gostaria de acrescentar alguma sugestão a respeito dos questionamentos?
1	Na parte final, manter a imagem da mãe até o final de sua fala a respeito do sentimento de escutar a declaração amorosa do filho.	[sem resposta]
2	Não teria, pois considero muito boa a qualidade do episódio que assisti.	Não, somente as que expus acima.
3	Não	Não
4	Não	Esta muito bom.
5	Vi que terá um episódio sobre adaptação. Acho isto muito importante, mesmo fundamental para evitar devoluções. Sobre este episódio, poderia ser cortado alguma parte das expectativas, para não se estender muito, pois vejo que as outras partes me parecem mais importantes e esclarecedoras.	Não.
6	Foram ótimos.	[sem resposta]
7	Não	Qual o tipo de apoio que os candidatos a adoção devem procurar.
8	Falar um pouco do período de adaptação e transgressão, é importante termos contato com essa realidade.	[sem resposta]
9	Não	Não
10	Está excelente. Continuem promovendo mídias como essa.	Não