

ADOPCIÓN INTERNACIONAL: ¿SOLIDARIDAD CON LA INFANCIA O REPRODUCCIÓN ASISTIDA?

Ana Berástegui

Instituto Universitario de la Familia

Universidad Pontificia Comillas de Madrid

a.berastegui@iuf.upcomillas.es

Resumen

Introducción

En el año 2000, una conocida marca de muebles sueca lanzó al espacio publicitario su nueva campaña con el lema: "Adopta un niño: redecora tu vida" con el objetivo, según los publicitarios, de fomentar la solidaridad, los valores progresistas y las familias abiertas. A pesar de que el anuncio fue retirado como resultado de la presión de las asociaciones de padres, ahí quedó el mensaje. Por otro lado, este mismo verano, las revistas rosas de toda España nos han informado con mucho detalle de la adopción de unas gemelas cuyo material genético, cuidados médicos durante el embarazo y nacimiento había sido cuidadosamente seleccionado y preparado para dar a esta madre dos niñas de pecho a las que cuidar. Y de nuevo el mensaje ha quedado impreso en las retinas del español medio.

Estas dos imágenes me servirán para ilustrar los dos extremos en los que se mueve la imagen que se ha ido configurando de la adopción en España en los últimos diez años. Por un lado la adopción como un gesto de solidaridad. Por otro lado, un método de reproducción asistida al que acudir para tener un hijo cuando la biología y las nuevas técnicas de fecundación han fracasado. Por un lado una experiencia absolutamente diferente de la paternidad que honra y reviste de valores solidarios, por otro lado, una experiencia absolutamente igual y que debe acortar, cada vez más la distancia, entre tener un hijo biológico y uno adoptado. La tensión entre ambos polos quedaría resumido en una sola demanda: **¿Por qué habiendo tantos niños sufriendo injusticias en el mundo no consiguen de prisa y con pocos costes uno pequeño, sano y sin traumas para mí?**

Esta visión social de la adopción no es la de las familias adoptantes en su mayoría y, sin embargo, está presente en los discursos de la gente de la calle, en las personas que conviven con las familias y con los niños, en algunos momentos de la vida de los propios adoptantes, en muchos de los que se acercan a la adopción y luego dan marcha atrás y, desgraciadamente, también aunque no en estado puro, en las motivaciones y expectativas de algunas de las familias que acaban adoptando. No en vano la cultura general sobre la paternidad y la adopción influye en las actitudes y en los modos de afrontamiento de los padres adoptivos y, finalmente, en la adaptación de los menores que son adoptados.

Esta cultura de la adopción tan confusa que entremezcla la adopción como gesto de solidaridad con la adopción como técnica reproductiva es en parte consecuencia, pero también causa, del modo tan espectacular e irreflexivo en el que se ha dado la evolución de la adopción internacional en España.

Como sabemos, en menos de diez años España ha pasado de considerar la adopción internacional como una opción de “familias aventureras” a considerar la *familia-con-hijo-adoptado* una familia modelo en la publicidad (válida para anunciar coches, compresas, meriendas infantiles o electrodomésticos) una familia deseada y normativa, convirtiéndose así en la principal potencia adoptante del planeta. Sin embargo, esta revolución que se conoce como el boom de la adopción internacional, se ha dado sin el suficiente conocimiento del fenómeno, sus objetivos, su especificidad y sus riesgos y acompañado de esta cultura de la adopción tensionada y poco realista.

En España, como apunta Julio Iglesias de Ussel, se puede observar que todos los cambios sociales (en materia de familia, incorporación de la mujer al mercado laboral, sociedad civil en general) se han dado en un espacio de tiempo muy corto con las disfunciones y cambios generacionales superpuestos que eso conlleva.

Sin embargo, en los países europeos con más experiencia en el campo de la adopción, son distintos los procesos y las generaciones de padres que se han sucedido hasta llegar a la concepción actual de la adopción. René Hoksbergen¹ ha estudiado estos cambios sociales definiendo así la generación tradicional cerrada (1950-1970), la generación optimista-idealista (1971-1981), la generación materialista-realista (1982-1992) y por último la generación optimista-demandante (desde 1993) que sería la generación actual de padres adoptantes europeos.

La generación consumista

En España podríamos definir la generación actual de padres adoptantes como la generación consumista. En ella se pueden observar muchas de las características de la adopción optimista-demandante, compartidas por el resto de los europeos, pero al tiempo, se siguen dando algunas de las características de las generaciones anteriores. Esta generación consumista en adopción estaría definida por cinco influencias básicas que configuran también sus riesgos:

- 1- La definición cultural sobre la paternidad y la maternidad y la consideración social de los hijos como bienes de consumo dentro del plan de vida familia.
- 2- Los problemas de infertilidad a nivel social que han convertido la infertilidad en un problema habitual y la adopción como una vía más de acceso a la paternidad.
- 3- La solidaridad como impulso personal al alcance de cualquiera más que como compromiso estructural.
- 4- El adoptante como consumidor con derechos y reclamaciones y el papel de las redes de adoptantes en la configuración de los servicios de adopción.
- 5- La influencia de los medios de comunicación social con su presentación de la adopción como algo deseable y como posible solución a la situación de la infancia empobrecida.

¿Solidaridad con la infancia o reproducción asistida?

La tensión entre la solidaridad con la infancia frente a la reproducción asistida debería resolverse desligando ambas tendencias de su carácter consumista y tomando aquello que encierran de positivo ambas tendencias. De la solidaridad con la infancia habríamos de tomar el compromiso con el niño que ya existe y la empatía por su situación y respeto por sus derechos, de la reproducción asistida deberíamos entender la importancia del deseo de ser padres como motivación principal de la adopción y único modo de ofrecer a los niños privados de familia de aquello que realmente necesitan: unos padres. Sería así como la cultura de la adopción se configuraría como un verdadero recurso de protección del menor.

¹ Hoksbergen, R. y Laak, J. (2005). Changing attitudes of adoptive parents in Northern European countries. En: D.M. Brodzinsky y J. Palacios (Eds.). *Psychological Issues in adoption: research and practice* (pp. 27-46). New York: Praeger.

INTERNACIONAL ADOPTION: SOLIDARITY WITH INFANCY OR ASSISTED REPRODUCTION?

Abstract

Introduction

In 2000, a well known brand of Swedish furniture presented a publicity campaign with the slogan "Adopt a child: redecorate your life" with the view, according to the advertising agency, to promoting solidarity, progressive values and open families. Despite the fact that the advert was withdrawn after pressure from Parent Associations, the message remained. Meanwhile, this very summer, the gossip magazines throughout Spain have informed us in great detail about the adoption of some twins whose genetic material, medical care during the pregnancy and birth had been carefully selected and prepared to give the mother two infants to care for. And the new message has remained printed on the retinas of the average Spaniard.

These two images help me to illustrate the two extremes in which the image of adoption has been created in Spain over the past ten years. On the one hand, adoption as a gesture of solidarity. On the other, a method of assisted reproduction as a means to having a child when biology and new fecundation techniques have failed. On the one hand an absolutely different experience of paternity which honours and fills someone with solidarity values, on the other an absolutely equal experience that must shorten the distance between having a biological or adopted child. The tension between both poles is summarized in one demand: **Why, if there are still children suffering injustice in the world they do not get quickly and cheaply a healthy child without traumas for me?**

This social vision on adoption is not the one shared by the majority of adopting families and, however, it is present in people's talk, the people who coexist with the families and with the children, at certain times of the adopters' lives; many who approach adoption and then take a step back and unfortunately many of those who also, but not in a pure state, in

motivations and expectations of some of the families who end up adopting. Not in vain the general culture on paternity and adoption influences the attitudes and the ways of confrontation by the adopting families, and finally, the adaptation of the children that are adopted.

This so confused adoption culture, that mingles adoption as a solidarity gesture with the adoption as a reproductive technique is in part a consequence, but also a cause, of the most spectacular and irreflexive way in which the international adoption has evolved in Spain.

As we know, in less than ten years Spain has gone from considering international adoption as an option for "adventurous families" to considering the family-with-adopted-child as a model family in advertising (valid for advertising cars, sanitary towels, children's snacks or electrical appliances) a family that is desired and normal, by this meaning becoming the principal adopting power on the planet. However, this revolution that is known as the boom of international adoption has happened without sufficient knowledge on the phenomena, its objectives its specifics and its risks and accompanied by this tense and hardly realistic adoption culture.

In Spain, as noted by Julio Iglesias de Ussel, it can be observed that all social changes (in family matters, incorporation of women in the labour market, civil society in general) have happened in a very short period of time with the additional disfunctions and generational changes that this entails.

However, in the European countries with more experience in the field of adoption, there are different processes and generations of parents that have passed before reaching the present conception of adoption. René Hoksbergen ¹ has studied these social changes defining these categories: the closed traditional generation (1950-1970), the optimist-idealist generation (1971-1981), the materialist-realist generation (1982-1992) and finally the optimist-demanding generation (since 1993) which would be the actual generation of adopting European parents.

The consumer generation

In Spain we could define the present generation of adopting parents as the consumer generation. In this we can observe many of the characteristics of the optimist-demanding generation, shared with the rest of Europeans, but at the same time continuing with some of the characteristics of the previous generations. This consumer generation in adoption would be defined by five basic influences that also configure their risks:

- 1.- The cultural definition on paternity and maternity and the social consideration of the children as commodities with the family life plan.
- 2.- The problems of infertility at a social level that have converted infertility into a customary problem and the adoption as another way to parenthood.
- 3.- Solidarity as a personal impulse within anybody's reach more than a structural commitment.
- 4.- The adopter as a consumer with rights and claims and the role of the network of adopters in the configuration of adoption services.

5.- The influence of the Media with their presentation of adoption as something desirable and a possible solution to the situation of a impoverished infancy.

Solidarity with infancy or assisted reproduction?

The tension between the solidarity with infancy and assisted reproduction should be resolved by separating both tendencies from their consumer tendencies and taking the positive part of both. From solidarity with infancy we should accept the commitment with the child that already exists and the empathy for its situation and respect for its rights; from assisted reproduction we should understand the importance of the wish to be parents as a principal motive for adoption and the only way of offering children who have been deprived of their families, what they really need: parents. In this way the adoption culture would be configured as a real resource for the protection of children.

¹ Hoksbergen, R. y Laak, J. (2005). Changing attitudes of adoptive parents in Northern European countries. En: D.M. Brodzinsky y J. Palacios (Eds.). *Psychological Issues in adoption: research and practice* (pp. 27-46). New York: Praeger.