**Fornecer informações e ouvir**

**MÓDULO 10**

**Conteúdo**

* + **Introdução**
  + **Objetivos do aprendizado**
  + **Antecedentes**
  + **Referências e ferramentas**
  + **Acompanhamento operacional (indicadores)**

**Introdução**

Este módulo é a segunda parte das sessões de treinamento sobre a participação da comunidade. As preocupações recentes sobre a responsabilidade, juntamente com as mudanças na tecnologia e um aumento nas mídias sociais, significam que o conceito de participação na gestão do acampamento é mais amplo do que quando começou o setor de gestão do acampamento. Esta sessão aborda as formas dinâmicas de fornecer informações, dá voz aos diferentes grupos dentro das comunidades deslocadas, estabelece as etapas para garantir que os membros da comunidade do acampamento sejam ouvidos. Também aborda como as próprias organizações podem tomar as recomendações feitas pela população e ajustar sua própria programação como resultado.

**Objetivos do aprendizado**

* Identificar as necessidades de informação dos diferentes grupos da população do acampamento.
* Definir a comunicação com a comunidade e ver as ferramentas para apoiá-la.
* Refletir sobre a eficácia e adequação dos diferentes canais de divulgação das informações.
* Rever os critérios que seriam relevantes no contexto de treinamento para efetuar uma campanha de comunicação.
* Praticar a comunicação bidirecional com a comunidade do acampamento e analisar a relevância e o impacto na dignidade das pessoas. (opcional)

**Antecedentes**

***Divulgação de informações em acampamentos***

Em uma emergência, pode parecer ineficiente se sentar e conversar com a comunidade. Com parceiros para atender, avaliações de acampamentos para realizar ou pessoal para contratar, se centrar no que é comunicado à comunidade e como é comunicado pode parecer uma prioridade menor. No entanto, o acesso à informação para as comunidades deslocadas é um requisito vital a par de outros direitos. Infelizmente, em situações em que uma crise interrompeu vidas, muitas vezes se desenvolve um vácuo de informações. Na sua ausência, é comum dar de cara com rumores ou divulgação deliberada de desinformações.

As populações deslocadas precisam e querem se sentir informadas sobre sua situação. Para eles, estar atento às questões de segurança, ter informações sobre o paradeiro de familiares ou amigos ou saber onde acessar serviços específicos é vital para que possam tomar boas decisões para si e para suas famílias.

Especialmente em época de conflito, as informações precisam ser tratadas com cuidado. O princípio de não causar danos deve sustentar qualquer abordagem de comunicação que seja escolhida, especialmente quando se trata de compartilhar informações confidenciais e sensíveis.

**Mensagens-chave**

“As pessoas precisam de informações sobre água, comida, remédios ou abrigo. A informação pode salvar vidas, meios de subsistência e recursos. **A informação é poder**”[[1]](#footnote-1) e a informação é uma ajuda também.

Em termos práticos, quanto mais essas informações sejam compartilhadas com os deslocados sobre as questões que os preocupam, eles estarão mais **envolvidos e engajados e habilitados**. Informações precisas e atualizadas os ajudarão a fazer escolhas e decisões informadas. Compartilhar informações com a comunidade deslocada demonstra confiança, abertura e respeito por eles e por sua capacidade de tomar decisões acertadas com base nas informações apresentadas.[[2]](#footnote-2)

***Responsabilidades da equipe de gestão do acampamento em relação à comunicação com as comunidades deslocadas***

Ao divulgar informações para a comunidade do acampamento, é importante para a agência de gestão do acampamento garantir que as informações sejam comunicadas ativamente por meio do acampamento a todos os envolvidos e não permaneçam apenas no nível da liderança do acampamento.

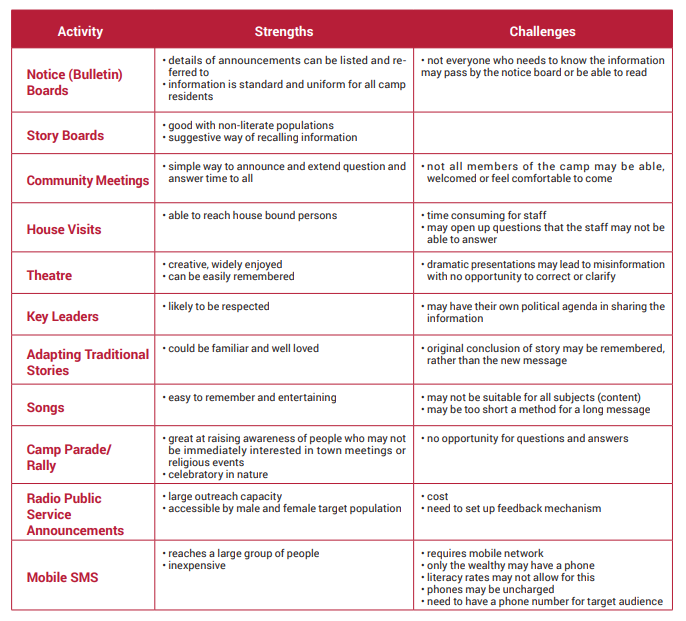
As informações podem ser utilizadas indevidamente pelos líderes como uma ferramenta para reter ou recuperar o poder ou controle, ou para a manipular ou dar um uso indevido de certas informações. Os fóruns e mecanismos existentes para compartilhamento de informações entre a população devem ser explorados cuidadosamente, para garantir a existência de fóruns apropriados. Podem ser desenvolvidos mecanismos adicionais para melhorar o fluxo de informações para a comunidade mais ampla, conforme necessário. Embora os comitês de acampamento e outros grupos representativos possam facilitar a comunicação entre a população do acampamento e a AGA, é importante questionar o quão verdadeiramente representativos eles são e garantir que não sejam o único veículo de divulgação de informações.

Uma variedade de mecanismos deve ser usada para facilitar a divulgação efetiva de informações para a população do acampamento. A escolha do mecanismo dependerá do tipo de mensagem a ser comunicada, do tamanho e do perfil da população que ela precisa atingir, das considerações de proteção e da tecnologia disponível no acampamento.

Para garantir que as informações sejam recebidas e compreendidas por mulheres, homens, meninas e meninos, deve ser usada uma variedade de estratégias. É importante:

* fazer testes de campo às informações antes de ser amplamente divulgadas, a fim de compreender a melhor forma de apresentar as mensagens-chave
* abordar questões de linguagem e alfabetização
* perceber que o uso de certas palavras e linguagem corporal pode ter impactos diferentes em grupos-alvo diferentes
* utilizar um variedade de técnicas formais e informais para compartilhar informações importantes: realizar reuniões, que podem ser visitas de casa em casa para populações que não são móveis; anúncios de rádio ou jornal; eventos dramáticos; painéis de informação; endereços formais das pessoas chave na comunidade; empregar membros respeitados da comunidade como mobilizadores comunitários ou facilitadores de grupos de discussão; reuniões do comitê; folhetos; cartazes; oficinas de sensibilização; emissões de rádio; filmes; sistemas de endereços públicos e mensagens de informações móveis (usando um sistema de megafonia ou megafones para se locomover em um veículo); campanhas de informação musical (tocar música para reunir pessoas em um acampamento e depois compartilhar mensagens específicas)
* dar acompanhamento para garantir que as mensagens foram compreendidas e aplicadas. Essa etapa é frequentemente esquecida, mas fornece uma função importante, não apenas para esclarecer que as mensagens foram compreendidas, mas também para receber informações importantes sobre as questões em discussão.

A seguir uma tabela da visão geral das estratégias de comunicação junto com seus pontos fortes e fracos do kit de ferramentas de GA, Capítulo 2, página 41.



**Mensagem-chave**

Um **ponto focal de engajamento da comunidade** deve ser nomeado na equipe de GA como uma questão de boa prática. Dependendo do tamanho da operação, uma equipe de pessoas treinadas e dedicadas é necessária para lidar com reclamações e acompanhar sistematicamente, fornecer informações e ouvir a população deslocada.

As **necessidades de grupos com necessidades específicas** devem ser reconhecidas na concepção e uso de mecanismos de comunicação

***Comunicações com as Comunidades (CcaC)***

OCHA define as comunicações com as comunidades (CcaC) como o princípio de fornecer “informações e comunicações sem as quais os sobreviventes de desastres não podem acessar os serviços ou tomar as melhores decisões para si próprios e suas comunidades”. [[3]](#footnote-3) Em emergências recentes, muitas agências e pessoas que trabalham na CcaC ajudam os deslocados a acessar as informações de que precisam, ao mesmo tempo que fornecem informações às agências que os auxiliam. A CcaC é diferente da informação pública convencional ou defesa que geralmente é realizada por cada agência individual para auxiliar na arrecadação de fundos ou em sua própria programação.[[4]](#footnote-4)

A comunicação com as comunidades em ambientes de acampamento deve começar em duas direções: dos prestadores de serviços aos beneficiários e dos beneficiários aos prestadores de serviços. Dessa forma, os beneficiários têm acesso às informações de que precisam dos prestadores de serviços para tomar decisões, e os prestadores de serviços têm uma maneira de ouvir os beneficiários sobre suas necessidades. Os projetos anteriores da CcaC incluíram programas de rádio humanitários onde os membros da comunidade podem ligar e fazer perguntas e fornecer suas perspectivas, comentários e retorno; pesquisas de telefone SMS; boletins informativos; bloquear reuniões de líderes ou prefeituras onde os líderes comunitários e prestadores de serviços se reúnem regularmente para conversar sobre questões e compartilhar informações; reuniões de líderes de bloco exclusivamente femininas também com a participação de funcionários do sexo feminino; reuniões da prefeitura; etc. O trabalho da CcaC utiliza todos os canais de comunicação disponíveis, incluindo mídia de massa, publicações, mídia social e conversas cara a cara.

Para obter mais informações, consulte a página 47 do Kit de ferramentas de gestão de acampamento sobre comunicação bidirecional.

Em contextos humanitários, as atividades de comunicação visam promover a transparência e a responsabilidade, por exemplo, com a garantia que as pessoas estejam cientes de como as agências internacionais devem trabalhar e com a criação de um canal para que as pessoas denunciem qualquer abuso de poder. Na CAGA, a CcaC é outra forma dos métodos da AGA para promover a participação (a fundação da Casa de GA), e permita que as opiniões das pessoas afetadas sejam ouvidas e incluídas nas decisões e envolva mais membros do acampamento fora das posições de liderança tradicionais.

Consulte os compromissos do comitê permanente interinstitucional sobre prestação de contas às populações afetadas (PCPA) para obter mais informações sobre o papel da comunicação na prestação de contas.[[5]](#footnote-5)

**Mensagem-chave**

Uma variedade de **divulgação das informações e mecanismos de compartilhamento para divulgação** deve ser usada. Verifique se o design e a estratégia usados para compartilhá-los no acampamento estão de acordo com as necessidades dessa população. Procure garantir que as informações cheguem à população mais ampla do acampamento, incluindo aqueles com **necessidades específicas** e aqueles que podem não ser alfabetizados, incluindo mulheres, meninas, pessoas com deficiência e outros grupos em risco (tente usar diferentes atividades para compartilhar mensagens, tais como facilitadoras, pictogramas e fotos, megafones, peças de teatro, canções).

***Humanização da comunicação em emergências***

As comunidades em acampamentos e estruturas semelhantes a acampamentos não são homogêneas. Além das diferenças de gênero e idade, pode haver diferentes grupos culturais, sociais, de classe/casta ou de língua entre a população do acampamento. Portanto, pode ser um desafio para a equipe de GA descobrir não apenas como transmitir informações críticas relacionadas aos serviços do acampamento, mas também identificar maneiras de transmitir mensagens de maneira apropriada para todos os diferentes públicos e pontos de vista. A maioria das agências verá facilmente a utilidade de traduzir as mensagens-chave para a comunidade para os idiomas locais, mas usar apenas a tradução muitas vezes não é suficiente para transmitir as informações. A fim de garantir que as mensagens sejam relevantes para as pessoas, é importante humanizar a comunicação e certificar-se de que as estratégias de comunicação sejam significativas e abordem o problema de uma forma com a qual a comunidade do acampamento possa se relacionar de melhor maneira.

Identificar os principais slogans ou mensagens e testá-los com os pontos focais da comunidade é uma forma importante de garantir que as mensagens destinadas à divulgação sejam compreendidas antes de serem liberadas para toda a população do acampamento. Este teste deve incluir não apenas os líderes ou representantes de comitês, mas também os outros indivíduos que poderiam ter diferentes visões de influência na comunidade. As equipes de GA também devem ser encorajadas a manter conversas em grupos focais com todos os perfis (amostra aleatória) para verificar se as informações alcançaram o grupo alvo e terão o efeito desejado antes de serem divulgadas em massa. (consulte o Módulo 9. governança e participação da comunidade para obter mais informações sobre as discussões do grupo focal).

“Quem” transmite a mensagem também pode precisar ser alterado em alguns ambientes, pois uma equipe de GA pode não ser considerada como a fonte de informação mais confiável para os membros da comunidade. Pessoas deslocadas podem ter laços mais fortes com diferentes fontes de informação, tais como grupos religiosos ou líderes ou partidos políticos. Aproveitar os representantes comunitários, organizações religiosas, estações de rádio locais e jornais locais pode ser uma melhor estratégia para uma agência de gestão de acampamento, pois essas fontes podem ter uma reputação mais confiável para as pessoas. Por sua vez, construir relacionamentos com organizações baseadas na comunidade pode ajudar a estabelecer a equipe de GA como fonte confiável de informações e é econômico em comparação com o desenvolvimento de sistemas exclusivos para se comunicar com cada grupo comunitário diferente.

**Mensagem-chave**

As mensagens complexas sobre proteção e violência baseada no gênero devem ser tratadas com sensibilidade ordinária e cultural. Mulheres, meninas, meninos e homens devem se envolver no **desenvolvimento de mensagens de proteção e trabalho em conjunto com as estratégias de divulgação** para que sejam adequados à idade, ao sexo e cultura.

As mensagens para a comunidade devem ser traduzidas para a **língua da comunidade anfitriã, bem como dos deslocados.** Humanizar a comunicação eliminar o jargão pode ajudar no fornecimento das informações com as quais as pessoas poderão interagir mais profundamente.

Quando **tradutores / intérpretes** forem usados, a mensagem a ser comunicada deve ser verificada novamente quanto à precisão.

***Mensagens sobre proteção e violência baseada no gênero***

A falta de compreensão do que as organizações humanitárias querem dizer quando se referem a “proteção” pode ser outra questão complicada, especialmente ao tentar abordar o que constitui violência baseada no gênero (VBG) nos acampamentos. Devido à sua prevalência, às atitudes sociais e à falta de estruturas legais para lidar com a violência baseada no gênero, a comunicação sobre a prevenção da violência baseada no gênero é frequentemente difícil de discutir. Portanto, mais atividades de conscientização são necessárias para apoiar os membros da comunidade a identificar e compreender a violência baseada no gênero e se comprometer com sua prevenção. Esses esforços devem ter como alvo específico o envolvimento de homens e meninos junto com mulheres e meninas e ser coordenados/planejados em estreita colaboração com especialistas em violência baseada no gênero para garantir mensagens adequadas e abordar considerações de segurança, em particular durante a resposta inicial de emergência.

A população do acampamento também deve ser informada sobre os mecanismos de retorno e reclamação existentes e, especificamente, quem tem direito a que serviço e em que circunstâncias.

As funções principais da agência de gestão do acampamento para aumentar a conscientização da comunidade sobre a proteção incluem trabalhar com as contrapartes de proteção para identificar os meios apropriados para compartilhar as informações. É importante garantir que os funcionários e voluntários que trabalham com a agência de gestão do acampamento estejam cientes dos caminhos de referência e dos princípios orientadores da violência baseada no gênero e sejam capazes de comunicar essas informações de uma forma que respeite a confidencialidade e respeite uma abordagem centrada no sobrevivente.

Aumentar a conscientização da comunidade sobre as questões de proteção pode incluir atividades de divulgação/conscientização da comunidade, cartazes nos centros de saúde ou pontos de informação do acampamento, anúncios de rádio, histórias, peças de teatro e materiais de informação, comunicação e educação (ICE). Particularmente para conscientização sobre a violência baseada no gênero, a AGA também trabalha com atores de violência baseada no gênero para compartilhar o caminho de referência de violência baseada no gênero e mensagens de divulgação da comunidade com outros setores e atores, e para fornecer orientação para suas equipes que trabalham dentro da comunidade do acampamento.

**Mensagens-chave**

Os atores da gestão do acampamento devem incluir as contrapartes de proteção e usar mecanismos de retorno e reclamação para **melhorar os serviços relacionados à violência baseada no gênero em um acampamento**.

A **comunicação sobre como denunciar incidentes de violência baseada no gênero** e onde acessar cuidados (bem como informações sobre riscos e prevenção) precisam ser compartilhados em locais visíveis, seguros e acessíveis, onde todo o acampamento possa compreender e refletir sobre eles (por exemplo, creches, escolas, escritórios do governo local, centros de acolhimento, centros de saúde). Uma variedade de métodos de comunicação deve ser usada para alcançar a população com mensagens de violência baseada no gênero, tendo em mente os níveis de alfabetização e as necessidades da população do acampamento.

***Estratégia de comunicação****[[6]](#footnote-6)*

A comunicação eficaz é impulsionada pelo propósito ou objetivo da comunicação: o que precisa ser comunicado e quem precisa ser alcançado. Uma estratégia de comunicação pode ser direcionada para aumentar a conscientização da comunidade sobre questões específicas, tais como violência baseada no gênero, ou pode divulgar informações e atualizações de forma mais ampla pela população.

Antes de desenvolver a estratégia de comunicação, é importante analisar a situação e identificar as partes interessadas e o público-alvo.

**A seguir estão as principais etapas envolvidas no desenvolvimento de uma estratégia de comunicação**

1. **Defina a meta e os objetivos de comunicação**. A agência de gestão do acampamento pode não estar diretamente envolvida na definição de cada meta de comunicação, no entanto, quando a comunicação com a maior parte do acampamento está envolvida (por exemplo, uma campanha de comunicação para todo o acampamento sobre distribuição de alimentos ou conscientização sobre violência baseada no gênero), elas são fundamentais para a discussão. Dividir os tópicos em objetivos mais específicos para diferentes públicos-alvo pode ser útil neste estágio. As campanhas de comunicação também devem ser coordenadas com todas as agências e organizações competentes para garantir que nenhuma campanha seja contraditória nem iniciada durante a campanha, pois isso pode causar confusão na comunidade.
2. **Desenvolva mensagens-chave que falem de forma efetiva com o público-alvo**. É importante adequar as mensagens ao público-alvo, tendo em mente as diferentes necessidades de comunicação da população (tais como níveis de alfabetização e língua local). Alguns términos, tais como violência contra as mulheres”, podem ser interpretados de forma diferente por diferentes públicos.
3. **Identifique os canais, técnicas e ferramentas de comunicação que sejam eficazes.** Entre os diferentes canais de comunicação temos os *canais interpessoais* (contato individual), os *canais orientados para a comunidade* (redes sociais existentes), e os *canais de mídia*(tais como o rádio, TV, internet, SMS e “mídia popular” como narração de histórias e atuações). A estratégia de comunicação deve considerar quais técnicas e ferramentas dentro desses canais são mais adequadas, bem como a combinação de canais que pode ser necessária para atingir o público-alvo.
4. **Mapeie os recursos de comunicação.** Por exemplo, uma estratégia de comunicação de rádio precisa de acesso a um estúdio de rádio, habilidades de produção de mídia, tempo de transmissão e uma audiência de rádio estabelecida.
5. **Defina e monitore as mensagens, defina os marcos e indicadores específicos no plano de ação*.*** A estratégia de comunicação pode consistir em diversas atividades por meio de um plano de ação. Monitorar as mensagens e ver como a comunidade está reagindo a elas no mecanismo de reclamações e retorno, por exemplo, pode ajudar a confirmar se a estratégia está caminhando em direção aos seus objetivos ou determinar se uma mudança de tática é necessária.
6. **Escreva um documento com as lições aprendidas*.*** Um resumo breve da estratégia é útil para ser compartilhado com as partes interessadas. Isso pode ajudar a definir o que funcionou ao longo do tempo, bem como rastrear as estratégias de comunicação para garantir que todos estejam cientes das mensagens e atividades.

É importante ter em mente que, sem importar a estratégia, ela deverá ser adaptada ao contexto. Uma estratégia de comunicação também pode precisar de alterações durante a implantação para responder aos desafios ou novas oportunidades. Deve ser dada atenção especial aos grupos marginalizados que podem enfrentar barreiras adicionais para acessar informações.

**Mensagens-chave**

Uma variedade de **mecanismos de divulgação e compartilhamento de informações** deve ser empregado de acordo com a necessidade. Em todos os momentos, eles procuram garantir que as informações cheguem à população mais ampla do acampamento, incluindo aqueles com necessidades específicas e aqueles que podem não ser alfabetizados, incluindo mulheres, meninas, pessoas com deficiência e outros grupos em risco (por exemplo, usando facilitadoras, pictogramas e fotos , megafones, peças de teatro, músicas)

***Sigilo***

Deve ser respeitada a confidencialidade das informações privadas da população do acampamento. Confidencialidade significa que dados e informações confidenciais são tratados de forma sigilosa e não compartilhados em espaços públicos. O compartilhamento dessas informações deve ser feito de forma seletiva e garantir que a identidade dos indivíduos envolvidos seja comunicada de forma a não comprometer sua dignidade, proteção nem segurança. A análise pode ser compartilhada de forma generalizada para evitar a identificação dos indivíduos. Uma agência de gestão de acampamento é responsável pelo tratamento ético da proteção de dados na coleta e uso. A confidencialidade faz parte da prestação de contas à população afetada e todos os dados que coletamos, coletamos, processamos, analisamos e apresentamos não devem causar danos.

Para agências que trabalham na Europa, o regulamento geral sobre a proteção de dados (RGPD) da UE,[[7]](#footnote-7) da Carta dos Direitos Fundamentais da UE[[8]](#footnote-8) declara que todas as pessoas têm direito à proteção dos dados de caráter pessoal que lhes digam respeito. Uma autoridade de supervisão em cada Estado-Membro tem faculdades de investigação, de correção e sanção em relação ao RGPD.

Segue uma seleção de alguns dos pontos importantes para o tratamento, incluindo a coleta de dados pessoais no contexto de uma grande crise em um país da UE. Embora esses critérios sejam apenas requisitos legais na UE, eles são um exemplo de boas práticas de confidencialidade na coleta de dados que podem ser aplicados em outros contextos. O GDPR se aplica aos dados pessoais de todas as pessoas (titulares dos dados) na UE, independentemente de sua nacionalidade ou residência, e se os dados são processados dentro ou fora da UE. O GDPR não se aplica, no entanto, às atividades das autoridades competentes em matéria de segurança nacional e infrações penais.

## Onde se aplica o GDPR:

## O processamento de dados pessoais só é legal se certas condições forem atendidas, uma das quais é o consentimento do titular dos dados

## Restrições especiais se aplicam a algumas categorias de dados pessoais, incluindo a origem racial ou étnica do titular dos dados

## A pessoa ou organização que determina as finalidades e meios de tratamento dos dados pessoais (o responsável pelo tratamento) deve fornecer, pronta e gratuitamente, todas as informações solicitadas pelo titular dos dados, bem como certas informações no momento da coleta dos dados.

## De acordo com o GDPR, o titular dos dados tem o direito

## de acessar seus dados,

## retificar dados imprecisos ou incompletos, bem como ter seus dados pessoais apagados e

## não estar sujeito a uma decisão baseada unicamente em processamento automatizado, incluindo criação de perfis, que o afete legal ou significativamente.

**Mensagens-chave**

Os residentes do acampamento devem ser informados sobre seu direito de **confidencialidade** respeito de suas informações privadas. Cada pessoa deve consentir que suas informações sejam coletadas, saber quais informações estão sendo coletadas sobre ela, para que será usada e que tipo de retorno e acompanhamento esperar.

As mensagens complexas (como aquelas relacionadas à violência baseada no gênero ou proteção) devem ser tratadas com sensibilidade e clareza. Envolver-se com mulheres, meninas, meninos e homens no **desenvolvimento de mensagens e estratégias** para a sua divulgação é importante para garantir que sejam adequados à idade, sexo e cultura.

***Mecanismos de retorno e reclamação (MRR)***

Mesmo se o retorno é coletado por meio de comitês de acampamento, grupos focais, centros/locais de informação, representantes ou comunicação individual com a agência de gestão do acampamento, é importante que a população do acampamento tenha canais para comunicar o retorno sobre a assistência que receberam enquanto estavam nas instalações temporárias. Para garantir que isso seja feito de forma justa e transparente com acesso igual para todos, pode ser útil criar uma ou mais estruturas formais (os chamados mecanismos de retorno e reclamação (MRR)) que são conhecidos e acessíveis para todos no acampamento de deslocamento.

A eficácia de um mecanismo de retorno depende da resposta dada pela AGA e outros parceiros fornecedores de serviços ao retorno recebido.

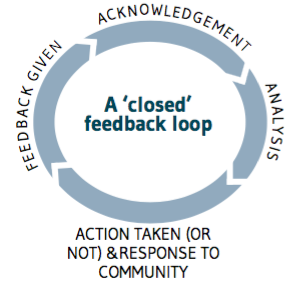


Imagem da ALNAP, fechando o ciclo. Retorno eficaz em contextos humanitários. Orientações para profissionais.

Respeito às medidas formais de coleta de retorno, uma agência de gestão do acampamento pode estabelecer um sistema para garantir que as queixas e perguntas dos beneficiários sejam ouvidas, registradas e tratadas de maneira eficaz e profissional e dentro de um período determinado.

É importante definir claramente o mecanismo de retorno e reclamações, comunicar o processo em termos simples e gerenciar as expectativas para minimizar equívocos. Como a agência de GA é a 'cara do acampamento' e sua equipe está na linha de frente, a culpa pela falta de ação ou falha de qualquer outra agência é facilmente transferida para a agência de GA como um problema a ser resolvido. Portanto, é importante esclarecer os mecanismos desde o início para evitar confusão ou dar a impressão de que a agência de GA tem o poder de controlar ou resolver todos os problemas da comunidade relacionados à prestação de serviços.

Se devidamente estabelecido e gerenciado, um MRR deve fornecer vários benefícios, incluindo:

* **Melhora da qualidade dos programas humanitários**, pois fornece informações sobre a experiência dos beneficiários
* Fornece aos beneficiários uma **maneira alternativa de acessar diretamente às agências humanitárias**, em vez de depender apenas da estrutura de liderança da comunidade
* **Fortalece a confiança e a segurança** nos atores humanitários entre a população
* **Permite que as más decisões sejam corrigidas** de forma rápida e eficiente
* Impulsiona uma cultura de **transparência e responsabilidade**
* **Impede que as reclamações piorem** em situações adversas
* **Reduz o estresse da equipe humanitária,** pois fornece treinamento e suporte para ajudar a lidar com os problemas da comunidade e uma abordagem estruturada para resolvê-los. A equipe de campo é frequentemente abordada por beneficiários e potenciais beneficiários que desejam reclamar, e essas interações podem ser demoradas e difíceis para a equipe de campo e para a administração.

Existem riscos e desafios potenciais que podem surgir ao estabelecer um MRR. Ter uma equipe bem treinada e preparada pode ajudar a mitigar alguns dos fatores abaixo, mas esteja ciente de que:

* O mecanismo de retorno, se projetado e gerenciado de maneira inadequada, tem o potencial de **colocar em perigo aqueles que deveriam beneficiar e proteger**. Se a identidade do usuário ou as informações compartilhadas com a equipe do mecanismo de denúncia não estiverem devidamente protegidas, o usuário pode ser exposto à marginalização ou represálias (às vezes até na forma de ameaça física ou agressão) por parte da comunidade ou dos líderes da comunidade. Certifique-se de treinar a equipe sobre medidas de confidencialidade e certifique-se de acompanhar os problemas denunciados.
* Fornecer acesso a uma mesa identificável pode gerar uma grande afluência de usuários insatisfeitos e **sobrecarregar a agência que gerencia o mecanismo de denúncia**. Se houver um grande problema que possa gerar muitas reclamações, certifique-se de usar as informações públicas com antecedência, para que os usuários estejam totalmente cientes do que têm direito e tenham as informações corretas.
* O mecanismo de relatório pode não ser **bem aproveitado** dependendo de vários fatores, incluindo boicote por parte dos líderes da comunidade, má promoção por parte da agência que gerencia o mecanismo ou incapacidade da equipe de lidar com os casos de maneira adequada e corresponder às expectativas dos usuários.
* Um dos aspectos mais desafiadores de um MRR pode estar nas organizações parceiras. Onde há um **compromisso limitado das agências participantes** cada resposta tardia por parte de um parceiro humanitário pode ser facilmente interpretada pelo usuário do mecanismo como uma falta de atenção ou um sinal de desrespeito por sua preocupação. Esse comportamento acabará produzindo uma perda geral de credibilidade em relação à população beneficiária, e afetará, em primeiro lugar, a agência de gestão do acampamento que administra o mecanismo, mas de forma mais ampla, toda a comunidade humanitária que trabalha no acampamento.

**Mensagem-chave**

Os **mecanismos de retorno e reclamação** podem ser formais ou informais, mas precisa estar em vigor (e ser usado) para canalizar informações da população do acampamento para àqueles em funções de tomada de decisão. Este processo pode envolver várias partes interessadas dentro e fora do setor humanitário e é usado para **melhorar a assistência**.

***Estabelecimento de um mecanismo de retorno e reclamações***

Existem seis etapas principais para estabelecer um MRR:

1. **Consulte a comunidade** para decidir sobre o método mais apropriado para canalizar e fornecer retorno, por exemplo, balcões de reclamações, caixas de sugestões, linha direta de telefone, reuniões/fóruns específicos, comitê específico estabelecido para apresentar preocupações/reclamações da comunidade, etc. Isto inclui consultoria sobre um local de fácil acesso para localizá-lo dentro do recinto do acampamento.
2. **Identifique as ferramentas e canais de comunicação** a serem estabelecidos no acampamento
3. **Defina o processo** (desenvolver diretrizes e procedimentos) e **identifique as funções e responsabilidades** Isso inclui definir horários de funcionamento regulares que sejam convenientes para a população do acampamento e ter pessoal adequado. Por exemplo, é uma boa prática equipar os centros com, pelo menos, um homem e uma mulher. Recomenda-se também um oficial geral do projeto que estará “encarregado” de supervisionar e orientar as várias equipes, bem como registrar e encaminhar os casos.
4. **Configure o mecanismo** e **treine a equipe** Garantir que a equipe seja treinada e tenha formulários de impressão suficientes em mãos, por exemplo, parece simples, mas em ambientes de emergência pode ser um grande desafio. O pessoal deve receber treinamento específico sobre a função e o funcionamento do mecanismo antes da abertura. O mecanismo deve ser promovido através da sensibilização da população sobre o seu funcionamento.
5. **Classifique, analise e verifique as informações**. Por exemplo, ao usar centros de comunicação, por cada um beneficiário que apresentar uma reclamação será registrado um caso por escrito para garantir seu encaminhamento e o acompanhamento adequados. Depois que o caso for registrado, a melhor prática é fazer com que o usuário e a equipe que registra o caso assinem o formulário de denúncia do caso. O usuário receberá um recibo da denúncia de caso, onde seja confirmado que o caso foi arquivado e mostre a data em que o caso deveria ter sido processado, e deverá ser oferecida uma resposta. O caso pode ser codificado em papel com os detalhes do caso registrados na folha de acompanhamento do caso para facilitar o rastreamento e acompanhamento do caso, ou, mais comumente, com o uso formulários KOBO.
6. **Resolva, responda e compartilhe o aprendizado**. Não é recomendado que as questões de proteção sejam tratadas apenas em uma forma muito limitada pelas pessoas que trabalham em um mecanismo de retorno e reclamações. Os casos devem ser categorizados como urgentes ou não urgentes, por exemplo, um poço com um tubo quebrado que causou inundação seria urgente e necessitaria de ação imediata, enquanto uma reclamação sobre uma trilha pedregosa poderia ser categorizada como não urgente e programada como parte de um plano de trabalho regular.

Alguns exemplos de ferramentas de comunicação usadas para retorno podem ser: comitês de queixas, comitês de reclamação, caixas de sugestões, rádio com serviço de chamada, cartas endereçadas à agência de gestão do acampamento, linhas diretas e mensagens SMS ou visitas domiciliares com um formulário de monitoramento padronizado preenchido pelo pessoal da agência de gestão do acampamento durante horários predefinidos.

Os mecanismos de retorno também podem ser usados para resolver fraudes, apropriações indébitas ou abusos. É importante desenvolver procedimentos específicos que garantam o anonimato e a confidencialidade ao fazê-lo. Os procedimentos de acompanhamento e encaminhamento de questões delicadas, tais como exploração e abuso sexual, devem ser de responsabilidade da agência do setor correspondente.

Isso é particularmente importante na denúncia de exploração ou abuso sexual (EAS), que tem relatórios obrigatórios, mecanismos de denúncia e padrões de responsabilidade para todos.  Isto é uma responsabilidade compartilhada e mandatada por toda a comunidade humanitária, incluindo os parceiros locais, nacionais, regionais e internacionais. Em um esforço para combater a exploração e o abuso sexual, a ONU tomou medidas para prevenir, denunciar, investigar e impor sanções contra os perpetradores de exploração e o abuso sexual. Uma dessas medidas foi o desenvolvimento de redes nacionais (RN). Essas redes atuam como o principal órgão de coordenação e supervisão da prevenção e resposta à exploração e abuso sexual no país em que ocorre.

Receber retorno e resolver problemas simples também pode ser feito de maneiras menos formais. Pequenos problemas que ocorrem durante as distribuições, identificados durante as visitas de casa em casa ou problemas relacionados ao desempenho de alguns prestadores de serviço podem ser trazidos para as reuniões regulares de coordenação nos acampamentos ou durante o trabalho diário de rotina.

As abordagens informais e formais para lidar com o retorno têm seus prós e contras. As abordagens usadas são específicas ao contexto e dependem da maneira como o retorno é tratado. Frequentemente, uma mistura de mecanismos formais e informais é usada. Idealmente, os mecanismos de reclamações e retorno devem ser projetados com modalidades e ferramentas comumente usadas, preferidas e compreendidas pelos atores de qualquer contexto específico. A taxa de alfabetização da população do acampamento, o acesso seguro ao mecanismo para todos, incluindo grupos vulneráveis, a confidencialidade do suporte de comunicação e os recursos disponíveis para implantar o processo são elementos a serem considerados ao implementar um mecanismo de reclamações e retorno apropriado.

A agência de gestão do acampamento deve coordenar e harmonizar os diferentes mecanismos formais e informais de retorno, para evitar duplicações e promover seu estabelecimento quando não exista nenhum. Acima de tudo, a agência de gestão do acampamento deve advogar para que todas as agências estejam envolvidas, o que é mais difícil é garantir que o CFM se torne um processo de aprendizagem contínua para todas as partes interessadas.

**Mensagens-chave**

Os **líderes do acampamento** facilitam a comunicação eficaz entre a população do acampamento e a AGA, enquanto os **comitês de acampamento e outros grupos representativos** devem ser usados como veículos para a divulgação das informações.

A população do acampamento deve conhecer os **canais de informação** que estejam disponíveis, tanto para dar como para receber informações.

A **comunicação** entre a população do acampamento e a Agência de GA deve ser um **processo seguro, acessível e bidirecional.** Para os desentendimentos entre a população do acampamento e a AGA pode ser necessário um método de comunicação separado.

**Referências e ferramentas**

* ALNAP. 2014. Fechando o ciclo: Retorno eficaz em contextos humanitários. Orientações para profissionais. <https://www.alnap.org/help-library/closing-the-loop-effective-retorno-in-humanitarian-contexts>
* ALNAP e o Instituto de Desenvolvimento Ultramarino (ODI, pela sigla inglesa). 2014. Envolvimento das pessoas afetadas pela crise na ação humanitária. Documento de referência da ALNAP da 29ª Reunião Anual, 11-12 de março de 2014, Addis Abeba. <http://cdacollaborative.org/publication/engagement-of-crisis-affected-people-in-humanitarian-action/>
* Kit de ferramentas de gestão de acampamentos. 2015. Capítulo 2: Funções e responsabilidades. <http://cmtoolkit.org/media/transfer/doc/chapter_2.pdf>
* Kit de ferramentas de gestão de acampamentos. 2015. Capítulo 3: Participação da comunidade. <http://cmtoolkit.org/media/transfer/doc/chapter_3.pdf>
* Kit de ferramentas de gestão de acampamentos. 2015. Capítulo 5: Gestão das informações. <http://cmtoolkit.org/media/transfer/doc/chapter_5.pdf>
* Kit de ferramentas de gestão de acampamentos. 2015. Capítulo 10: Violência baseada no gênero. <http://cmtoolkit.org/media/transfer/doc/chapter_10.pdf>
* Rede de comunicação com comunidades afetadas por catástrofes (CDAC, pela sigla inglesa). 2014. Deliberação da prática: Comunicação com as comunidades durante as primeiras seis semanas de resposta a emergências. <http://www.cdacnetwork.org/contentAsset/raw-data/3b8afbbf-d9de-4a0e-be3f-71bd36ef030f/attachedFile>
* Comissão Europeia. Reforma de 2018 das regras de proteção de dados da UE. <https://ec.europa.eu/commission/priorities/justice-and-fundamental-rights/data-protection/2018-reform-eu-data-protection-rules_en>
* Comissão Europeia. Carta dos Direitos Fundamentais da UE <https://ec.europa.eu/info/aid-development-cooperation-fundamental-rights/your-rights-eu/eu-charter-fundamental-rights_en>
* IASC. 2011. Prestação de contas às populações afetadas Compromissos do IASC. [https://interagencystandingcommittee.org/system/files/legacy\_files/IASC Principals compromissos em AAP% 28CAAP% 29 de março de 2013.pdf](https://interagencystandingcommittee.org/system/files/legacy_files/IASC%20Principais%20compromissos%20em%20AAP%20(CAAP)%20março%20de%202013.pdf)
* IASC. 2015. Diretrizes para integrar intervenções de violência baseada no gênero na ação humanitária: reduzir os riscos, promover a resiliência e auxiliar na recuperação. <https://gbvguidelines.org/wp/wp-content/uploads/2015/09/2015-IASC-Gender-based-Violence-Guidelines_lo-res.pdf>
* Internews Sul do Sudão. Manual de comunicação com as comunidades ToT.
* OIM. 2014. Comunicação com as comunidades: Um estudo de caso e guia do Paquistão e de outros lugares
* OCHA. 2014. OCHA na mensagem: comunicações com as comunidades. <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/OOM-CommunicationwithCommunities_eng_311013.pdf>
* Save the Children Jordânia. 2014. A campanha “Amani” lança mensagens-chave sobre proteção à criança e violência baseada em gênero. <https://jordan.savethechildren.net/news/amani-campaign-launches-child-protection-and-gender-based-violence-key-messages>
* ONU mulheres. 2012. Passos principais na concepção de uma estratégia de comunicação. <http://www.endvawnow.org/en/articles/1235-key-steps-in-designing-a-communications-strategy.html>

Vídeos:

* Rede de comunicação com comunidades afetadas por catástrofes (CDAC, pela sigla inglesa). 2011. A comunicação é ajuda. [2:22]. <https://www.youtube.com/watch?v=0l9Y--OTWs8>
* FIRC. 2013. Comunicações para o beneficiário. [2:22]. <https://www.youtube.com/watch?v=PJwWJ2QzGec>
* O grupo Latimer. 2014. A receita para uma ótima comunicação. [4:42]. <https://www.youtube.com/watch?v=qFWsTsvJ8Xw>

**Ferramentas**

* Kit de ferramentas de gestão de acampamentos (2015).

**Acompanhamento operacional (indicadores)**

* # de mecanismos de retorno existentes
* Os mecanismos de retorno estão disponíveis em espaços acessíveis ao público (S / N)
* Os mecanismos de retorno usados utilizam métodos acessíveis para a população deslocada em termos de idioma e alfabetização (S / N)
* % das reclamações recebidas, que são tratadas dentro de (uma semana/prazo adequado ao contexto)
* Existem precauções de proteção de dados que garantem os direitos e a segurança das pessoas que apresentam reclamações (S/N)
* Existe uma estratégia de comunicação que inclui a divulgação de informações para a população do acampamento (S/N)
* Uma variedade de sistemas de comunicação e informação são usados no acampamento para divulgar informações para a população do acampamento em geral, e grupos de risco em particular (S/N, número de sistemas existentes)
* # de métodos de comunicação usados e que envolvem a população do acampamento
* As estratégias de comunicação são adaptadas para atender às diferentes necessidades de informação da população do acampamento (tais como alcançar mulheres, adolescentes, pessoas não alfabetizadas e outros grupos em risco) (S/N, número de métodos de comunicação usados)
* % da população do acampamento que consegue identificar os canais de informação presentes no acampamento
* % das comunicações apresentadas na língua local e outras línguas predominantes no contexto de deslocamento, se aplicável
* Presença de mensagens de prevenção de violência baseada em gênero e informações de relatórios em locais importantes do acampamento (incluindo creches, escolas, escritórios do governo acampamento, centros de recepção e instalações de saúde) (S/N)
* O direito à confidencialidade está incluído junto com outras mensagens principais (S/N)
* Os tradutores/intérpretes recebem treinamento sobre confidencialidade e mensagens-chave usadas na operação do acampamento/ divulgadas para a população do acampamento (S/N)
* % de comitês de acampamento/comitês representativos que são atualizados regularmente com informações para serem divulgadas pela AGA
* Presença de mecanismos de resolução de conflitos para resolver disputas entre a população do acampamento e a AGA (S/N)
* Presença de um ponto focal de envolvimento da comunidade na equipe de GA (S/N)
* As informações da comunidade deslocada (terreno) foram divulgadas de volta para a AGA e provedores de serviços (comunicação bidirecional) (S/N)

1. FIRC. 2005. Relatório mundial de desastres de 2005 - dados ou diálogo? O papel das informações em desastres. <http://www.ifrc.org/en/publications-and-reports/world-disasters-report/wdr2005/> [↑](#footnote-ref-1)
2. ACNUR. 2006. Proteção operacional em acampamentos e assentamentos: Um guia de referência de boas práticas na proteção de refugiados e outras pessoas interessadas. <http://www.unhcr.org/publications/legal/448d6c122/operational-protection-camps-settlements-reference-guide-good-practices.html> [↑](#footnote-ref-2)
3. OCHA. 2014. OCHA na mensagem: comunicações com as comunidades. <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/OOM-CommunicationwithCommunities_eng_311013.pdf> [↑](#footnote-ref-3)
4. OCHA. 2014. OCHA na mensagem: comunicações com as comunidades. <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/OOM-CommunicationwithCommunities_eng_311013.pdf> [↑](#footnote-ref-4)
5. IASC. 2011. Prestação de contas às populações afetadas Compromissos do IASC. [https://interagencystandingcommittee.org/system/files/legacy\_files/IASC Principals compromissos em AAP% 28CAAP% 29 de março de 2013.pdf](https://interagencystandingcommittee.org/system/files/legacy_files/IASC%20Principais%20compromissos%20em%20AAP%20(CAAP)%20março%20de%202013.pdf) [↑](#footnote-ref-5)
6. ONU mulheres. 2012. Passos principais na concepção de uma estratégia de comunicação. <http://www.endvawnow.org/en/articles/1235-key-steps-in-designing-a-communications-strategy.html> [↑](#footnote-ref-6)
7. Comissão Europeia. Reforma de 2018 das regras de proteção de dados da UE. <https://ec.europa.eu/commission/priorities/justice-and-fundamental-rights/data-protection/2018-reform-eu-data-protection-rules_en> [↑](#footnote-ref-7)
8. Comissão Europeia. Carta dos Direitos Fundamentais da UE <https://ec.europa.eu/info/aid-development-cooperation-fundamental-rights/your-rights-eu/eu-charter-fundamental-rights_en> [↑](#footnote-ref-8)