



## **Política de Comunicação e Mobilização Social**

### **1. Introdução**

O Instituto Basta é uma Organização Internacional sem fins lucrativos que atua no enfrentamento da violência sexual, do tráfico de pessoas e de outras violações de direitos humanos. A comunicação é reconhecida como instrumento estratégico de proteção e transformação social, e deve refletir os valores cristãos, a dignidade humana e o compromisso com a justiça.

Esta política estabelece diretrizes, princípios éticos e normas operacionais para a comunicação institucional e a mobilização social, assegurando coerência, transparência, segurança, alinhamento institucional e responsabilidade em todas as interações públicas do Instituto.

Ela se aplica a todos os voluntários, equipe de comunicação, parceiros, embaixadores, representantes institucionais e quaisquer pessoas autorizadas a falar em nome da organização.

### **2. Objetivos**

- Estabelecer diretrizes técnicas e éticas para a comunicação interna, externa e institucional;
- Garantir coerência e alinhamento com a missão, valores e identidade visual da organização;
- Orientar práticas responsáveis de mobilização social e engajamento comunitário;
- Assegurar a proteção de vítimas e grupos vulneráveis em todas as narrativas;
- Prevenir riscos reputacionais, legais e éticos decorrentes da comunicação.
- Promover uma comunicação plural, acessível e culturalmente sensível;

### **3. Princípios Orientadores**

#### **3.1 Defesa Integral dos Direitos Humanos**

Todas as ações de comunicação devem estar comprometidas com a promoção e defesa de todos os direitos humanos, incluindo:

- Enfrentamento à violência sexual, exploração e tráfico de pessoas;
- Erradicação do trabalho infantil;
- Defesa dos direitos de refugiados e migrantes;
- Proteção de crianças, adolescentes, mulheres, idosos, pessoas com deficiência e comunidades tradicionais;
- Combate a toda forma de discriminação, intolerância e violência; e
- Garantia do acesso à justiça, à educação, à saúde e à liberdade de expressão.

#### **3.2 Ética e Proteção às Vítimas**

Com base no Protocolo de Istambul (ONU), no Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069/1990) e legislações correlatas:

- Proibido expor identidades, histórias pessoais, rostos, vozes ou qualquer dado que permita identificação sem autorização prévia e registrada.
- Não utilizar relatos traumáticos com sensacionalismo ou exploração emocional.
- Toda comunicação deve priorizar a segurança, privacidade e dignidade.
- Depoimentos, imagens ou histórias só serão usados mediante consentimento documentado e avaliação de risco.

### **3.3 Linguagem inclusiva, acessível e culturalmente sensível**

- A comunicação deve usar linguagem simples, não discriminatória e adequada ao público.
- Respeito às diversidades cultural, social, educacional e linguística.
- Conteúdos destinados a migrantes/refugiados devem considerar o idioma local e o contexto cultural.

### **3.4 Compromisso com a verdade, transparência e responsabilidade social**

- Todas as informações devem ser verificáveis e baseadas em dados reais.
- É vedado divulgar conteúdo sensacionalista, distorcido ou enganoso.
- A comunicação institucional deve prestar contas transparentes a doadores, beneficiários e parceiros.

### **3.5 Segurança da Informação**

- Todos os dados pessoais tratados na comunicação devem seguir a LGPD (Lei 13.709/2018).
- Acesso a informações sensíveis deve ser restrito.

## **4. Diretrizes para a Comunicação Institucional**

### **4.1 Comunicação Interna**

- Promover diálogo ético, respeitoso e colaborativo.
- Utilizar canais institucionais oficiais para comunicados internos.
- Garantir proteção de dados, cumprindo a LGPD (Lei nº 13.709/2018).
- Disponibilizar treinamentos contínuos sobre comunicação humanizada e sigilo de informações.
- Registrar orientações e decisões em documentos acessíveis.

## **4.2 Comunicação Externa**

- Manter coerência entre discurso público e práticas institucionais.
- Alinhar conteúdos aos valores cristãos e aos ODS 5, 8, 10 e 16 da ONU.
- Incluir acessibilidade nos conteúdos (legendas, Libras, áudio-descrição quando possível).
- Utilizar diferentes plataformas de forma estratégica e segura.
- Priorizar conteúdos educativos, preventivos e transformadores.

## **4.3 Porta-vozes autorizados**

- Apenas pessoas formalmente autorizadas pela diretoria podem conceder entrevistas ou falar em nome da organização.

## **4.4 Uso da Marca e Identidade Visual**

- Toda aplicação de logotipo, nome institucional ou materiais oficiais deve seguir o Manual de Identidade Visual.
- É proibido o uso inadequado ou sem autorização da marca em eventos, parcerias, campanhas ou redes sociais.

# **5. Diretrizes para Mobilização Social**

### **5.1 Campanhas de Conscientização**

- Devem promover educação, prevenção e mobilização social.
- Sempre respeitar às diversidades estimulando a empatia.
- Incluir mensagens educativas, dados oficiais e chamadas à ação claras e objetivas. Exemplo: “Não é Não!”, “Chega de Trabalho Infantil”, “Todos os dias serão laranjas até que o abuso e a exploração acabem”, “Não estamos à venda”, entre outras.

### **5.2 Engajamento Comunitário**

- Fortalecer o diálogo com comunidades, escolas, igrejas, redes de proteção e movimentos sociais.
- Adequação linguística e cultural das ações presenciais.

### **5.3 Parcerias Estratégicas**

- Fortalecer redes com outras OSCs, órgãos governamentais, universidades, empresas alinhadas à missão a fim de buscar impacto coletivo.
- Toda parceria deve passar por avaliação de ética e serem aprovadas pela diretoria.

### **5.4 Comunicação Digital**

- Utilizar redes sociais e plataformas digitais com responsabilidade de forma ética, segura e estratégica para alcançar novos públicos e ampliar o alcance da causa.
- Verificar as informações antes de publicar.
- Monitorar comentários tóxicos, discursos de ódio e sinais de risco às vítimas ou à equipe.

### **5.5 Advocacy e Incidências**

- Usar a comunicação como ferramenta de incidência responsável e alinhada às legislações como:
  - ECA
  - Lei nº 13.344/2016 (Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas)
  - Estatuto do Refugiado
  - Declaração Universal dos Direitos Humanos
  - entre outras legislações nacionais e internacionais.
- Posicionamentos públicos devem ser embasados e aprovados pela diretoria.

## **6. Medidas de Proteção e Gestão de Riscos**

- Proibição de uso de imagens de vítimas identificáveis sem consentimento expresso e documentado;
- Sigilo de dados pessoais e sensíveis, conforme a LGPD – Lei Geral de
- Proteção de Dados (Lei no 13.709/2018);
- Monitoramento de riscos e impactos de campanhas, com foco na segurança de todos os envolvidos;
- Inclusão de mensagens educativas e transformadoras nas peças e materiais.
- Avaliação prévia de riscos antes de campanhas ou ações públicas.
- Proteção de crianças e adolescentes: sempre aplicar as diretrizes do ECA.
- Monitoramento contínuo de impactos e eventuais danos.
- Adoção de Protocolo de Gestão de Crises, incluindo:
  - resposta institucional imediata,
  - contenção de danos,
  - comunicação transparente,
  - registro e lições aprendidas.

## **7. Governança da Comunicação**

- A Gerência de Comunicação é responsável pela aplicação desta política.
- A diretoria executiva deve aprovar todas as campanhas estratégicas, notas públicas e posicionamentos formais.
- Voluntários e embaixadores parceiros devem assinar Termo de Adesão e Embaixador.
- Materiais produzidos externamente devem passar por revisão institucional.

## **8. Revisão e Atualização**

Esta política será revisada anualmente ou sempre que necessário, garantindo sua aderência à legislação vigente, boas práticas do Terceiro Setor e evolução institucional.

## **9. Vigência**

Esta política entra em vigor na data de sua publicação e será parte obrigatória da formação de todos os membros da equipe e voluntários envolvidos com comunicação, captação ou relacionamento institucional.

Ruanda, 15 de Janeiro de 2026.

**Aprovado por:**

