

INICIATIVA GLOBAL DE APADRINHAMENTO DE REFUGIADOS EM UMA OLHADA

Estudo de caso sobre o patrocínio no ambiente de trabalho

Goldblatt Partners LLP

Advogados e colaboradores do escritório de advocacia Goldblatt Partners LLP montaram um grupo intergeracional formado por funcionários atuais e aposentados e suas famílias, assim como clientes e parceiros da empresa, para patrocinar uma família de cinco pessoas em Toronto, Ontário.

Como começou o patrocínio no seu ambiente de trabalho?

No verão de 2015, alguns advogados do escritório já pensavam sobre patrocínio em Toronto, mas não víamos como ele seria ajustado para atender à necessidade urgente de reassentamento dos sírios. A trágica fotografia de Alan Kurdi foi um momento importante, porque ela motivou todos nós da empresa a agir e a direção investiu imediatamente em fazer a iniciativa funcionar.

Quais foram os principais fatores de sucesso do patrocínio no seu ambiente de trabalho?

O nosso grupo é um grupo intergeracional de voluntários que abrange sócios seniores do escritório, advogados, pessoal administrativo, clientes, aposentados do escritório e suas esposas e filhos, entre outros. Achamos que a variedade de pessoas envolvidas expandiu o conjunto de habilidades do grupo e também ampliou a rede que poderíamos acionar quando estávamos levantando recursos financeiros, buscando moradia, etc.

Moradia, por exemplo, é algo sabidamente caro e difícil de encontrar em Toronto, e foi somente através da rede expandida do nosso grupo que conseguimos garantir moradia acessível para a família. A tia de um dos funcionários da empresa, que havia se mudado recentemente para uma residência menor, ofereceu o apartamento dela à família gratuitamente. O grupo de patrocínio assumiu a responsabilidade pelos consertos e pela manutenção, como pintura, limpeza, etc. Mais tarde, quando a família se mudou para a sua própria casa, um dos integrantes do grupo de patrocinadores assinou o contrato como fiador e foi ressarcido pela empresa.

Um dos motivos do sucesso do nosso grupo é que ele foi organizado de baixo para cima, com a geração do milênio à frente da promoção do patrocínio, com o apoio dos colegas seniores. Vimos que o patrocínio se tornou um elemento de orgulho do trabalho deles. Foi uma oportunidade para os funcionários mais jovens assumirem a liderança no ambiente de trabalho.

Que desafios vocês encontraram? E como resolveram esses desafios?

O equilíbrio entre vida pessoal e trabalho sempre é um desafio em um escritório de advocacia, mas principalmente quando se assumem as atividades do patrocínio junto com a carga de trabalho. Felizmente, a direção também se envolveu e investiu para que o patrocínio fosse um sucesso, portanto tivemos a flexibilidade de que precisávamos para responder durante os períodos mais exigentes.

Qual foi o impacto do patrocínio no ambiente de trabalho sobre você e os seus colegas?

O patrocínio foi bom para o moral da empresa e para difundir a reputação do Goldblatt Partners como um lugar atrativo para advogados com consciência social. Ele deu a muitos advogados e funcionários um sentido de propósito social no ambiente de trabalho. Também ajudou a fortalecer relações significativas com os principais clientes que apoiaram a iniciativa.

Entrevista da GRSI: Hannah Feldman

Diretora de projetos da Sponsor Refugees, do Reino Unido



Hannah Feldman, *fotografada* acima (na frente à direita) na Central de Refugiados da Universidade de Ottawa, visitou o Canadá em junho de 2019 para estudar a experiência do patrocínio em todo o país e para levar as lições aprendidas de volta ao Reino Unido, onde ela trabalha para prestar apoio aos patrocinadores do crescente programa de patrocínio britânico. Após a viagem, Feldman compartilhou algumas das suas observações na entrevista a seguir.

Como você se envolveu com a Sponsor Refugees?

Originalmente eu estava trabalhando em um projeto diferente na nossa central filantrópica, a *Citizens UK*, e nos meus intervalos de almoço ajudei a fundar um grupo de patrocínio comunitário dos funcionários. Eu estava muito entusiasmada com a ideia, porque era a chance de fazer algo prático e tangível diante de uma necessidade tão contundente. Também era uma maneira fantástica de conhecer a comunidade local onde trabalhamos. Adorei o projeto, então quando surgiu uma oportunidade de trabalho na equipe, aceitei imediatamente a chance de trabalhar com patrocínio em tempo integral.

Qual é a sua função na Sponsor Refugees?

Promovo o patrocínio comunitário em todo o Reino Unido, seja por meio dos veículos de comunicação on-line ou me reunindo face a face com as comunidades. Também presto apoio aos grupos ao longo do processo, ajudando a montar uma equipe sólida, preenchendo formulários de solicitação, desenvolvendo políticas e assim por diante. A equipe organiza eventos de *networking*, para que os grupos possam se reunir e compartilhar suas alegrias e desafios, e celebrações como o Prêmio de Patrocínio Comunitário. Além disso, estamos em contato com o governo para responder e pressionar por mudanças nas políticas públicas – estamos muito felizes por termos vencido a campanha #ExtendtheWelcome, que estendeu o reassentamento de refugiados por pelo menos mais um ano, e agora todas as famílias patrocinadas se somam aos números de reassentamento do governo.

COMMUNITY SPONSORSHIP IN THE NEWS

- Intercambio de buenas prácticas con Canadá
- German civil society-driven resettlement program for vulnerable refugees enters next phase
- Sponsoring refugees called a 'win-win' for workplaces
- Strengthening a community through refugee sponsorship (also available in French)



CLICK TO ACCESS LINKS

Como o esquema de patrocínio comunitário no Reino Unido mudou no último ano?

Os primeiros "grupos pioneiros" estavam abrindo caminho em uma mata cerrada – tiveram de desenvolver recursos, ferramentas e abordagens do zero. Agora eles criaram uma trilha para os demais seguirem. Recebemos mais de 60 famílias no Reino Unido, então temos excelentes modelos de políticas, planos, etc., que podemos compartilhar com os novos grupos. O Ministério do Interior também vem sendo excepcional em aprender com os grupos pioneiros e está sempre analisando maneiras de aperfeiçoar o processo, de fazer com que cada etapa seja mais rápida. É claro que ainda é um enorme desafio a enfrentar, mas está ficando mais fácil.

Existe uma grande rede em desenvolvimento, todos estão compartilhando suas ideias e experiências. Sempre existe esse burburinho quando os grupos se reúnem.

Além disso, é claro que o anúncio do governo, em junho, de que o patrocínio agora se soma aos números oficiais de reassentamento, faz uma diferença imensa para o esquema. Isso significa que cada nova pessoa reassentada por meio do patrocínio não estaria aqui de outra forma. É uma motivação incrível para os grupos futuros!

Na sua opinião, qual poderá ser o futuro do patrocínio comunitário no Reino Unido?

Esperamos que um dia, quando se falar em "patrocínio comunitário", as pessoas saibam do que estamos falando e que quase todo mundo esteja envolvido em um grupo de patrocínio – ou pelo menos conheça alguém que esteja. É um momento difícil para as migrações no Reino Unido – a narrativa não é sempre positiva –, mas este é um programa que conta com genuíno apoio suprapartidário. E ele pode realmente mudar a narrativa das migrações de um modo positivo. Portanto, estou

confiante de que ele continuará a crescer.

No momento, demora em média mais de um ano para atravessar o processo de solicitação. Portanto, também espero que, conforme obtivermos mais experiência e recursos, o tempo que se leva para patrocinar uma família seja reduzido significativamente.

Por que você decidiu visitar o Canadá? O que aprendeu?

Vim para aprender com os 40 anos de experiência do Canadá e em busca de inspiração para o que pode se tornar o programa britânico. Estamos muito impressionados pelo fato de tantos canadenses estarem envolvidos na recepção aos recém-chegados por meio do patrocínio.

Eu esperava encontrar respostas para desafios específicos que estamos enfrentando no Reino Unido, a exemplo da moradia e das transições no 13º mês. O que eu percebi é que, mesmo após 40 anos, os desafios existem – mas isso não impede cada grupo de buscar o seu caminho a cada obstáculo. Fiquei especialmente impressionada com o quanto é rápido para um grupo poder patrocinar. Pode levar apenas três meses entre a decisão de receber um refugiado com visto misto encaminhado pelo Escritório e a recepção no aeroporto. Acho que isso se deve principalmente à coragem – tudo ainda é novo para nós, então temos tendência a planejar *muito* e podemos ser bastante avessos a riscos. Parece que os grupos canadenses estão simplesmente prontos para mergulhar de cabeça e enfrentar os desafios conforme eles surgem!

Também fiquei abismada com o fato de todos os recém-chegados desembarcarem com residência permanente – desde o primeiro dia, são considerados canadenses. Isso muda completamente a psique do programa e dos recém-chegados, e certamente é algo que estou defendendo no Reino Unido.

Tem algum conselho para organizações da sociedade civil envolvidas em patrocínio ou organizações interessadas em se envolver nos seus próprios contextos?

Cada contexto é muito diferente. Você precisa adaptar o programa ao trabalho no seu país ou região. O que funciona em Londres não vai funcionar no interior do País de Gales – da mesma forma, o que funciona no Canadá geralmente não funciona no Reino Unido, na Espanha ou na Argentina. Mas onde quer que você esteja, se estiver considerando o patrocínio comunitário: pare de pensar e vá em frente! O número de pessoas deslocadas no mundo está crescendo, porém cada vez mais portas estão se fechando. E o patrocínio não é transformador somente para as famílias que você ajuda a reassentar; ele transforma a sua vida e a vida da sua comunidade.

O que é a GRSI?

A Iniciativa Global de Apadrinhamento de Refugiados é uma parceria de cinco organizações – o Governo do Canadá, ACNUR, Open Society Foundations, a Giustra Foundation e a University of Ottawa. O objetivo é ajudar outros países a criarem seus próprios programas de apadrinhamento de refugiados baseados na comunidade – no processo de fortalecimento das comunidades locais e melhorando a narrativa sobre os refugiados.

ASSINE GRSI ON-LINE ENTRE EM CONTATO