

Advocacy digital sau folosirea social media în campanie

Advocacy-ul digital presupune folosirea tehnologiei digitale pentru a contacta, informa și a mobiliza un grup de oameni interesați de o anumită problemă sau cauză. Scopul advocacy-ului digital este de a anima susținătorii pentru a se implica și a acționa pentru rezolvarea problemei. Unele dintre cele mai folosite instrumente de advocacy digital sunt: website-uri, blog-uri, pagini de Facebook, conturi de Twitter, email-uri.

Cum să folosești social media pentru advocacy digital?

- Clarifică scopul și obiectivele campaniei de advocacy și apoi stabilește obiectivele de social media care te ajută în campanie.
- Evaluează ce resurse (în special de timp și oameni) ai la dispoziție.
- Alege un canal central pentru eforturile de advocacy digital și folosește o combinație de instrumente și platforme pentru a direcționa oamenii acolo.
- Gândește-te de la bun început cum vei măsura succesul și cum vei evalua eficiența mesajelor și a platformelor folosite.
- Fă un calendar (împarte conținutul pe zile, săptămâni) care să includă datele la care vrei să mobilizezi suporterii (evident, corelat cu acțiunile din campania de advocacy) și momentele cheie.
- Planul trebuie să rămână flexibil. În ce moment al unei campanii de advocacy trebuie să folosești social media?
- Oricând vei avea nevoie să mobilizezi oamenii, o să ai nevoie de o prezență în social media. Social media merge mână în mână cu tactici precum petiții, proteste, marșuri, flashmoburi, campanii de scrisori sau telefoane etc.



Material realizat cu sprijinul financiar Active Citizens Fund România, program finanțat de Islanda, Liechtenstein și Norvegia prin Granturile SEE 2014-2021. Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Granturilor SEE și Norvegiene 2014-2021; pentru mai multe informații accesați www.eeagrants.org.

Toate materialele informative se pot descărca de pe pagina proiectului: www.animalehoinare.ro/rezultate/

Proiect derulat de:

Important!

- Chiar dacă pe unele rețele nu ai limită de caractere (cum este cazul Facebook, spre deosebire de Twitter), încearcă să summarizezi cât mai mult mesajul. El trebuie să fie scurt, clar, concis.
- O comunicare bună pe rețelele de socializare este aceea care se adresează direct celui care vede mesajul. Crează o punte de legătură între cauză și susținători, indiferent dacă este un mesaj rațional sau emoțional.
- Dacă mesajul este o „chemare la acțiune”, spune clar ce trebuie să facă audiența.
- Nu cere niciodată „like-uri” și „share-uri”. Însă poți, din când în când, să rogi comunitatea să se implice direct în creșterea vizibilității paginii, ridicând astfel notorietatea cauzei.
- Rezistă tentației de a promova cauza și atât. Ascultă ce are de zis comunitatea și implică-te în discuție. Nu lăsa mesaje sau comentarii fără răspuns!
- Adaptează-te la specificitățile fiecărei rețele de socializare: pe Facebook folosește mai degrabă imagini; pentru Instagram, Twitter și Facebook folosește „hashtag”; pentru Twitter compune mesaje de până în 140 de caractere; pe Facebook postează mai degrabă la prima oră (înainte de 8:30 am) sau înainte de pauza de prânz (nu uita că există funcția de programare a unei postări – nu trebuie să fii în fața calculatorului la 7 dimineața).
- Integrează eforturile din online cu eforturile de comunicare din offline (material tipărite, PR, relația cu presa) pentru a crește succesul mesajelor. Spre exemplu, include tot timpul referințe către canalele de comunicare online pe materialele tipărite și „share-uite” materialele de presă pe canalele online.

Mai multe informații despre implicare civică, găsești aici: www.cere.org/informatii-utile/



Material realizat cu sprijinul financiar Active Citizens Fund România, program finanțat de Islanda, Liechtenstein și Norvegia prin Granturile SEE 2014-2021. Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Granturilor SEE și Norvegiene 2014-2021; pentru mai multe informații accesați www.eegrants.org.

Toate materialele informative se pot descărca de pe pagina proiectului: www.animalehoinare.ro/rezultate/

Proiect derulat de:

Cum să organizezi un protest?

Înainte de a organiza un protest, chiar dacă vrei să acționezi urgent, este important să te pregătești. În contextul unei campanii de advocacy, un protest eșuat poate face mai rău decât dacă nu faci niciun protest.

Pentru a vedea ce formă va lua protestul, este util ca mai întâi să răspunzi la anumite întrebări:

- Cine sunt eu, cel care organizează protestul, pe cine reprezint și ce vreau să obțin?
- Care sunt lucrurile concrete pe care le cer?
- De la cine le pot obține? (acestea sunt țintele)
- Cam câți oameni crezi că vor participa – mulți sau puțini?

Apoi, în funcție de răspunsurile la întrebările de mai sus, conturează un scenariu al protestului și alege cu grijă elementele scenariului. Spre exemplu, dacă te bazezi pe un număr mic de oameni, pune un accent mai mare pe mesaj și pe rolurile fiecărui participant.

Scenariul unui protest seamănă un pic cu a face un film, pentru că protestul trebuie să transmită un mesaj clar (și ca imagine – pentru că este important să existe material de filmare pentru televiziuni și fotografii puternice pentru presă și pentru rețelele sociale), iar participanții trebuie să primească fiecare un „rol”, ca să nu rămână pasivi și dezorientați în cadru.



Material realizat cu sprijinul financiar Active Citizens Fund România, program finanțat de Islanda, Liechtenstein și Norvegia prin Granturile SEE 2014-2021. Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Granturilor SEE și Norvegiene 2014-2021; pentru mai multe informații accesați www.eeagrants.org.

Toate materialele informative se pot descărca de pe pagina proiectului: www.animalehoinare.ro/rezultate/

Proiect derulat de:

Ce faci concret?

- 1.** Cere autorizație pentru protest de la primărie (este o comisie dedicată pentru acest subiect).
- 2.** Fă cunoscut protestul – pentru cei care ar vrea să participe, pentru presă și pentru ținte (ca să pui presiune pe ele). Afișe, fluturași, Facebook, comunicat de presă, dar și scrisori deschise/ e-mailuri directe către ținte pentru a le anunța.
- 3.** Pregătește recuzita protestului. Pancarte de carton scrise cu marker, afișe de pânză pe care scrie cu spray, afișe scoase la imprimantă, panglici, baloane, portavoce, PET-uri cu pietricele în ele etc. Nu uita să pregătești din timp sloganele care vor fi strigate la protest. Dacă ai o listă mai lungă, este util să le multiplici pe foi mici ca să le poți distribui participanților la sosire.
- 4.** Stabilește roluri (cine vorbește cu presa, cu poliția, cu noii veniți pentru a-i informa, cu participanții pentru a-i mobiliza, cine face poze, cine filmează etc.).
- 5.** Fă planuri de rezervă pentru diferite situații (plouă, vine mai puțină lume etc.). Stabilește ora de început și de încheiere, dar fii pregătit/ă să închei mai repede acțiunea, în cazul în care se consumă energia oamenilor.
- 6.** După protest. Trimite materiale pentru presă, ca să publice sau să vă invite la emisiuni. Monitorizează presa. Asigură-te că mesajul a ajuns la ținte – trimite scrisori, e-mail-uri, inclusiv cu link către materialele de presă. Nu uita să păstrezi legătura cu susținătorii – scrie ce s-a întâmplat, dacă ați obținut ceva și care sunt pașii următori (pe Facebook, blog, într-un email colectiv sau prin afișe postate în cartier).

Mai multe informații despre implicare civică, găsești aici: www.cere.org/informatii-utile/



Material realizat cu sprijinul financiar Active Citizens Fund România, program finanțat de Islanda, Liechtenstein și Norvegia prin Granturile SEE 2014-2021. Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Granturilor SEE și Norvegiene 2014-2021; pentru mai multe informații accesați www.eeagrants.org.

Toate materialele informative se pot descărca de pe pagina proiectului: www.animalehoinare.ro/rezultate/

Proiect derulat de:

Cum rezolv o problemă complexă?

Pentru că există în jurul nostru multe situații care au nevoie de o rezolvare, vă prezentăm pe scurt pașii pe care i-am urmat pentru rezolvarea problemei animalelor hoinare, cu sau fără stăpân.

Sesizarea problemei

Prima etapă este cea în care observi că există o situație care nu este rezolvată momentan. Începe prin a aduna mai multe informații despre ea. Vorbește și cu alți oameni interesați de acest caz și încearcă să verifici contextul exact.

Cum am făcut noi?

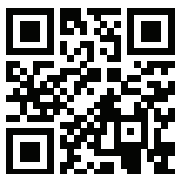
Am observat cu îngrijorare numărul mare de câini lăsați liberi prin zonele sălbatice. Ne-am consultat și cu alți specialiști care au activitate de teren, care ne-au confirmat că există această problemă. De asemenea, am strâns date despre uciderea a două exemplare de zimbru, de către o haită de câini. Am mai aflat și despre modul în care pisicile devin un prădător foarte important pentru păsări. Pe lângă aceste informații, am căuta și date despre atacurile asupra oamenilor, dar și despre cazurile de agresiunea omului împotriva câinilor și pisicilor. Toate acestea ne-au ajutat să începem să enunțăm o posibilă problemă de rezolvat.

Parteneri

De obicei problemele sesizate, pot fi ușor de rezolvat. Dacă problema ta, se poate rezolva printr-o petiție sau cerere la primărie, este excelent. Recomandăm cu tărie ca primul pas să fie abordate instituțiile responsabile. Dacă problema pare mult mai complexă, ai nevoie de un proces mai lung. Aici este nevoie de colaborare cu parteneri sau alți cetățeni.

Cum am făcut noi?

Pentru că am stabilit deja relații cu alte ONG-uri din domeniu, am încheiat un parteneriat pentru această acțiune.



Material realizat cu sprijinul financiar Active Citizens Fund România, program finanțat de Islanda, Liechtenstein și Norvegia prin Granturile SEE 2014-2021. Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Granturilor SEE și Norvegiene 2014-2021; pentru mai multe informații accesați www.eeagrants.org.

Toate materialele informative se pot descărca de pe pagina proiectului: www.animalehoinare.ro/rezultate/

Proiect derulat de:

Finanțare

Găsirea de soluții reale la probleme complexe înseamnă un proces destul de lung, care are nevoie de timp și echipe dedicate. De aceea, după ce îți găsești partenerii, căutați împreună fonduri pentru a vă susține activitatea. Fie că este vorba de un birou sau de o imprimantă, sau de o echipă care să fie plătită pentru a desfășura activitatea, este nevoie de bani.

Cum am făcut noi?

Am căutat o finanțare care să fie interesată de acest tip de problemă socială și de mediu. Am scris împreună cu partenerii o propunere de proiect. Acesta a fost aprobat și finanțat, și ne-am apucat de treabă.

Factorii interesați

Pe lângă parteneri, ai nevoie să lucrezi cu toți factorii interesați de problema ta. Că este vorba de simpli cetățeni, organizații sau instituții publice, este necesar să iei legătura cu toți și să-i inviți să participe la întâlniri și dezbateri, pentru a găsi o soluție împreună. Nu se pot găsi soluții cu adevărat, pe termen lung, dacă nu ai ascultat toate părerile și propunerile. Și astfel poți găsi și alte inițiative similare, exemple de succes, surse de inspirație.

Cum am făcut noi?

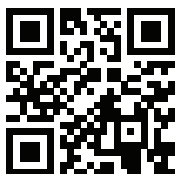
Am înființat trei grupuri de lucru în care am invitat reprezentanți de la toate instituțiile relevante pe problema bunăstării animalelor, a protecției mediului și pe social. Astfel, au stat la aceeași masă oameni din structurile poliției și direcțiilor sanitar-veterinare, cu oameni de la ONG-urile care se ocupă de adăposturile de animale, medici veterinari, cu manageri de fonduri de vânatoare, gestionari de arii protejate, cu reprezentanți de la ONG-urile pe probleme sociale și educație sau turism etc.

Comunicare

O parte importantă din activitate trebuie să fie dedicată comunicării. Dacă faci o postare pe social media, lansezi o pagină dedicată pe internet sau anunți presa de activitatea ta, important este să le spui și altora despre ce se întâmplă. Poți să planifici chiar o campanie mai amplă de comunicare sau de advocacy, în funcție de ceea ce îți propui, împreună cu partenerii tăi.

Cum am făcut noi?

Am avut planificate materiale de comunicare, conferințe de presă, întâlniri cu jurnaliști, o pagină de internet, o pagină de facebook, un grup de e-mail pentru discuțiile cu factorii interesați. În cadrul proiectului am desfășurat și activități specifice unei campanii de advocacy: am organizat dezbateri publice cu factorii decizionali și am contactat parlamentari pentru a le trimite recomandările și concluziile proiectului.



Material realizat cu sprijinul financiar Active Citizens Fund România, program finanțat de Islanda, Liechtenstein și Norvegia prin Granturile SEE 2014-2021. Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Granturilor SEE și Norvegiene 2014-2021; pentru mai multe informații accesați www.eeagrants.org.

Toate materialele informative se pot descărca de pe pagina proiectului: www.animalehoinare.ro/rezultate/

Proiect derulat de:

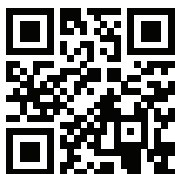
Mobilizarea comunității

Când este util/potrivit să mobilizezi oamenii?

- Când dorești să rezolvi o problemă sau/și să o aduci în atenția instituțiilor responsabile;
- Când demersurile individuale de soluționare a unei probleme care afectează o comunitate nu au dat roade;
- Când dorești să discuți despre potențiale soluții și să planifici următorii pași pentru rezolvarea problemei;
- Când dorești să organizezi o acțiune de impact asupra instituțiilor sau persoanelor responsabile de soluționarea unei probleme (protest, întâlnire publică cu autoritățile, participare la ședințele de consiliu local/județean, depunerea unei petiții direct la sediul instituției etc.);
- Când vrei să organizezi acțiuni care să atragă atenția mass media;
- Când dorești să crești numărul de oameni implicați într-o campanie de advocacy;
- Când dorești să identifici și să mobilizezi resurse din comunitate.

Sfaturi utile - cum mobilizezi comunitatea pentru cauza ta

- Creează un mesaj clar și scurt prin care să prezinți problema și soluția dorită de majoritate. Încheie cu o chemare la o acțiune specifică.
- Folosește căi de comunicare diverse, online (email, social media) și offline (fluturași, afișe, pliante), dar concentrează-ți efortul pe discuții față în față cu oamenii – mergi din ușă în ușă, vorbește cu oamenii în parc, la adunările de bloc, dacă problema este una din cartier. Identifică liderii informali (persoane recunoscute și apreciate cu acces la un număr mai mare de oameni) și convinge-i să transmită mai departe mesajul.
- Organizează o primă întâlnire într-un spațiu public pentru a prezenta campania și pentru a colecta datele de contact ale oamenilor care vor să se implice (telefon și email).



Material realizat cu sprijinul financiar Active Citizens Fund România, program finanțat de Islanda, Liechtenstein și Norvegia prin Granturile SEE 2014-2021. Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Granturilor SEE și Norvegiene 2014-2021; pentru mai multe informații accesați www.eeagrants.org.

Toate materialele informative se pot descărca de pe pagina proiectului: www.animalehoinare.ro/rezultate/

Proiect derulat de:

- Concentrează-ți energia pe cei care doresc să acționeze și formează un grup de lucru/ planificare cu aceștia.
- Identifică interesele și abilitățile fiecăruia și încurajează-i să își asume un rol care să se potrivească cu acestea.
- Cum îi ții implicați? Prin acțiune. De cele mai multe ori, oamenii se mobilizează și se simt motivați atunci când participă la evenimente și acțiuni dinamice, cu mulți oameni, în care autoritățile sunt trase la răspundere. Prin rezultatele obținute, chiar și cele intermediare. Fiecare pas înainte trebuie recunoscut și apreciat pentru a-i încuraja să meargă mai departe. Prin sarcini clare și specifice, potrivite abilităților și intereselor fiecăruia.



Material realizat cu sprijinul financiar Active Citizens Fund România, program finanțat de Islanda, Liechtenstein și Norvegia prin Granturile SEE 2014-2021. Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Granturilor SEE și Norvegiene 2014-2021; pentru mai multe informații accesați www.eeagrants.org.

Toate materialele informative se pot descărca de pe pagina proiectului: www.animalehoinare.ro/rezultate/

Proiect derulat de:

Petiții și scrisori

Ordonanța nr. 27 din 2002 reglementează soluționarea petițiilor la nivelul instituțiilor publice. Prin petiție se înțelege „cererea, reclamația, sesizarea sau propunerea formulată în scris sau prin e-mail, pe care un cetățean ori o organizație legal constituită o poate adresa autorităților publice centrale și locale, serviciilor publice descentralizate ale ministerelor și ale celorlalte organe centrale din unitățile administrativ-teritoriale, societăților naționale, societăților comerciale de interes județean sau local, precum și regiilor autonome, denumite în continuare autorități și instituții publice.”

Petiția trebuie să conțină datele de identificare ale petiționarului. În caz contrar, aceasta nu va fi luată în considerare. Termenul de răspuns este de 30 de zile calendaristice de la data înregistrării petiției. Dacă răspunsul necesită mai multă documentare, instituțiile pot prelungi termenul de răspuns cu cel mult 15 zile.

Sfaturi utile:

Scrisorile/petițiile pot fi însoțite de liste de semnături.

Acest lucru nu este obligatoriu, dar poate crește impactul petiției.

Păstrează un mesaj simplu și la obiect care să conțină date relevante!

Scrisorile/petițiile pot fi trimise prin poștă, prin fax și/sau prin email.

Cere număr de înregistrare (pe email, la telefon sau la registratură) pentru fiecare petiție depusă!



Material realizat cu sprijinul financiar Active Citizens Fund România, program finanțat de Islanda, Liechtenstein și Norvegia prin Granturile SEE 2014-2021. Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Granturilor SEE și Norvegiene 2014-2021; pentru mai multe informații accesați www.eeagrants.org.

Toate materialele informative se pot descărca de pe pagina proiectului: www.animalehoinare.ro/rezultate/

Proiect derulat de:

Model Petiție:

Către: Primăria Sectorului 2 30 ianuarie 2014
În atenția: Primar Neculai Onțanu
În atenția: Viceprimar Mugur Mihai Toader
În atenția: Arhitect Șef Dalia Stegaruș

Stimată doamnă, stimați domni,

Grupul „Luptăm pentru Aleea Lungulețu” format din trei Asociații de Proprietari și peste 1500 de cetățeni care locuiesc în zona Aleea Lungulețu și strada Medic Zlătescu, vă solicită de îndată oprirea construirii clădirii de 8 etaje din Intrarea Sergent Dumitru Dardiac nr. 5, Sector 2, cu Autorizația de construire nr. 1049/52D/14.11.2014 și anularea autorizației de construire cu nr. 1049/52/14.11.2014 și a actelor care stau la baza construirii clădirii de 8 etaje.

Cetățenii nu își doresc construirea clădirii, pentru că va crește traficul în zona deja supraaglomerată, spațiul verde va fi defrișat, blocurile din jur, construite în anul 1963 și care au deja o rezistență precară, vor fi puse în pericol și vor fi apartamente care nu vor mai avea soare niciodată. De asemenea, clădirea nu respectă prevederile legale în vigoare: distanța între blocuri, spațiul de acces, adăpost de urgență etc. Cetățenii nu au fost consultați cu privire la proiect și astfel se încalcă prevederile ce țin de consultarea rezidenților înainte de emiterea autorizației de construire și a Planului Urbanistic de Detaliu aferent acesteia (H.G.1213 din 2006 privind stabilirea procedurii-cadru de evaluare a impactului asupra mediului pentru anumite proiecte publice și private).

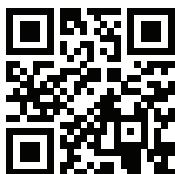
Astfel că, vă solicităm dumneavoastră, domnule Primar Neculai Ontanu, domnule Viceprimar Mugur Mihai Toader, doamnă Arhitect Șef Dalia Stegaruș să:

1. Opriți de îndată construcția clădirii de 8 etaje din zona mai sus menționată cu nr. autorizație 1049/52 D din 14.11.2014
2. Sancționarea celor responsabili de emiterea autorizației de construire în condițiile în care proiectul nu respectă legislația și regulamentele în vigoare.
3. Anularea actelor care stau la baza construcției.

Ne puteți contacta la: *nume persoană/nume grup sau organizație/telefon/adresa email/adresă fizică*

Cu stimă,
Grupul civic „Luptăm pentru Aleea Lungulețu”

Mai multe informații despre implicare
civică, găsești aici:
www.cere.org/informatii-utile



Material realizat cu sprijinul financiar Active Citizens Fund România, program finanțat de Islanda, Liechtenstein și Norvegia prin Granturile SEE 2014-2021. Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Granturilor SEE și Norvegiene 2014-2021; pentru mai multe informații accesați www.eeagrants.org.

Toate materialele informative se pot descărca de pe pagina proiectului: www.animalehoinare.ro/rezultate/

Proiect derulat de:

