cere:

LEGEA 544/2001 PRIVIND LIBERUL ACCES LA INFORMAȚII DE INTERES PUBLIC

Atunci când te deranjează o problemă din spațiul public (se construiește o clădire nepotrivită, se taie copacii, s-au stricat leagănele din parc), primul pas este să încerci să afli mai multe informații: al cui este terenul?, ce scrie în autorizație?, ce instituție este responsabilă?, există o hotărâre a consiliului local? etc.

În România, Legea 544/2001 privind liberul acces la informații de interes public îți dă dreptul să ceri și să primești informații și documente de interes public (conform legii, o informație de interes public este orice informație care privește activitățile sau rezultă din activitățile unei autorități sau instituții publice). Există și unele excepții, descrise la art. 12 - documentele și informațiile secretizate, datele personale etc.

Procedura prin care se pot solicita astfel de informații este destul de simplă: o cerere scrisă depusă la registratura instituției sau transmisă pe fax sau pe email.

Autoritatea publică este obligată să furnizeze informațiile solicitate în 10 zile de la depunerea cererii. Dacă durata necesară pentru identificarea/pregătirea informației solicitate este mai mare, termenul se poate prelungi până la 30 de zile (cu notificarea solicitantului în termen de 10 zile). În cazul în care autoritatea refuză să ofere informațiile, invocând un temei legal, aceasta trebuie să răspundă în termen de 5 zile de la înregistrarea cererii.

CE TREBUIE SĂ ȘTII CÂND SOLICIȚI INFORMAȚII PUBLICE

Două lucruri sunt importante în formularea cererilor de informații de interes public:

- să identifici cât de bine poți care este instituția care deține informația pe care o dorești. Dacă nu știi sigur, e mai bine să transmiți cererea simultan acelor instituții pe care le crezi responsabile.

- să precizezi cât mai clar informația sau documentul pe care vrei să îl obții. Ex.: copia procesului verbal de recepție a lucrărilor xxx, hotărârea consiliului local privind yyy, informații cu privire la planurile și proiectele primăriei de sector privind parcela de la adresa zzz etc.

Nu uita să ceri numărul de înregistrare, te poate ajuta ulterior!

Ai grijă să precizezi adresa (email sau poștală) la care dorești să primești informațiile solicitate.

Autoritatea respectivă poate pretinde plata copiilor documentele pe care le soliciți.

Ce faci dacă nu primești informația:

- reclamație administrativă adresată șefului instituției responsabile – transmisă în termen de maxim 30 de zile de la primirea refuzului (sau de la depunerea cererii care a rămas fără răspuns);

- plângere la secția de contencios administrativ a tribunalului în a cărei rază teritorială domiciliezi sau în a cărei rază teritorială se află instituția vizată. Plângerea se face în termen de 30 de zile de la primirea refuzului (sau de la depunerea cererii care a rămas fără răspuns);.

CERE:

AUDIENȚELE PUBLICE SAU ÎNTÂLNIRILE FAȚĂ ÎN FAȚĂ CU DECIDENȚII

Ce trebuie să știi despre audiențe?

- Programul de audiențe al autorităților și instituțiilor publice este informație de interes public și trebuie făcută publică din oficiu (Legea 544/2001).
- Consilierii locali și județeni sunt obligați ca în îndeplinirea mandatului să organizeze periodic întâlniri cu cetățenii și să acorde audiențe (Legea 215/2001).

Când este util să ceri o audiență?

- Când vrei să afli informații despre o problemă care te doare.
- Când vrei să semnalezi o problemă și să propui o soluție.
- Când vrei să monitorizezi evoluția demersurilor făcute de autorități pentru a rezolva o problemă.
- Când vrei să afli care este poziția autorităților față de problema semnalată.
- Când demersurile scrise nu mai dau roade.
- Când vrei să depui o petiție care să aibă mai mult impact – înmânare directă persoanei responsabile.

SFATURI UTILE - CE SĂ FACI ÎNAINTE, ÎN TIMPUL ȘI DUPĂ O AUDIENȚĂ

Înainte de audiență

- Stabilește clar care este scopul și ce vrei să obții în urma audienței.
- Obține audiența – contactează instituția vizată în scris, cu număr de înregistrare, sună pentru confirmare.
- Anticipează o negociere și stabilește limitele negocierii.
- Pregătește toate documentele care îți pot susține argumentele.
- Găsește persoane interesate direct de problemă care să te însoțească și stabiliți rolurile din timpul discuției.

La audiență

- Fă prezentările – Cine suntem? Cu cine stăm de vorbă?
- Stabilește la început durata și subiectele care se vor discuta.
- Anunță că veți lua notițe și veți face publice informațiile obținute.
- Prezintă succint problema și soluțiile propuse. Nu divaga, nu lăsa nici reprezentanții autorităților să te îndepărteze de la subiect.
- Fii ferm/ă, nu te lăsa intimidat/ă. Audiența nu este o favoare, ci un drept al cetățenilor și o obligație a autorităților.
- Obține promisiuni și termene clare.
- Folosește atât argumente raționale (număr de oameni afectați, poze, statistici, studii), cât și mărturii personale.
- Schimbă vorbitorii prin rotație (vorbitorul care pune presiune; vorbitorul care este empatic cu autoritățile etc.).

După audiență

- Fă publice promisiunile obținute.
- Fă un plan de monitorizare a demersurilor pe care autoritatea trebuie să le facă pentru a respecta promisiunile și monitorizează-le.
- Mulțumește autorității când își ține o promisiune sau plănuiește activități viitoare, dacă nu își respectă promisiunea.

cere:

REZOLVAREA UNEI PROBLEME

Sunt diverse probleme care te deranjează în jurul tău. Poate fi un parc neîngrijit, poate fi o clădire nefolosită, poate fi o construcție care îți ia lumina și spațiul verde. Printre ele există probleme care te fac să te ridici de pe canapea și să spui “până aici”.

Cum poți să rezolvi problema te deranjează? Pe scurt, intervenția în luarea deciziilor publice arată cam așa:

- Care este problema? Definește cât mai clar problema, te va ajuta să vezi care este soluția. Află: de când, de ce, numere, situații similare etc.
- Ce îți dorești? Cum poate fi rezolvată problema? Clarifică soluția. Ce schimbări trebuie făcute pentru a rezolva problema existentă?
- Pe cine mai deranjează? Adună un grup de oameni care să se implice!
- CeRe autorităților responsabile să rezolve situația!

SFATURI UTILE - CE SĂ FACI PENTRU A REZOLVA O PROBLEMĂ

Primul pas ar fi să verifici pe cine mai deranjează această problemă și cine s-ar mai lupta pentru rezolvarea ei. Discută cu cât de mulți vecini poți și încearcă să-i mobilizezi. Nu te descuraja: mulți nu se vor implica. Important este să găsești măcar 3 – 5 oameni. Pe parcurs, vor veni și alții.

Pasul doi este să vezi ce anume ai putea să soliciți și, mai ales, cui: care sunt instituțiile responsabile cu rezolvarea respectivei probleme și ce ar trebui/putea fiecare să facă în situația respectivă. Caută pe site-ul instituției numele și datele de contact ale factorilor decizionali. La acest pas, s-ar putea să ai nevoie de o mulțime de informații. Poți să te folosești de Legea 544/2001 (privind liberul acces la informații de interes public) pentru a le afla.

Ai nevoie să analizezi problema până ajungi la o listă clară de solicitări pe care ulterior le vei adresa autorităților (de exemplu: anularea autorizației de construire pentru clădirea aflată în construcție la adresa x; dotarea parcului de la adresa y cu noi aparate de joacă).

Pasul următor este să faci cunoscute solicitările. Poți să începi cu o simplă petiție (cu cât este semnată de mai mulți oameni, cu atât mai bine) sau poți să ceri o audiență persoanei responsabile. Dacă solicitările sunt ignorate sau uitate, poți să mergi mai departe cu tactici care să pună mai multă presiune pe autorități.

Din experiența noastră, câteva lucruri contează mult în relația cu autoritățile:

- să fiți mai mulți;
- să arăți că știi despre ce vobești;
- să insiști;
- să promovezi cât mai mult subiectul, inclusiv în presă.

cere:

CAMPANIA DE CĂRȚI POȘTALE

Într-o campanie de advocacy, poți alege să mobilizezi comunitatea de susținători să transmită un mesaj decidentului. Dacă te gândești să alegi ca mesajele să fie transmise prin cărți poștale, ia în calcul următoarele avantaje:

Impactul vizual. Unul din cele mai bune lucruri legate de folosirea cărților poștale este posibilitatea de a folosi imagini puternice, care, de cele mai multe ori, au impact mai puternic decât textul inclus pe spate.

Nu trebuie deschise. Atunci când ținta ta vrea să ignore telefoane, emailuri sau scrisori, o poate face cu o oarecare ușurință. Dar dacă trece pe lângă multe cărți poștale cu un mesaj vizual puternic, s-ar putea să îi fie mai greu să le ignore.

Sunt ușor de completat. Dacă împarți în rândul susținătorilor cărți poștale care trebuie doar semnate și, eventual, completate cu un mic mesaj personal, este mult mai ușor să îi convingi să își contacteze reprezentanții. Cu cât le este mai ușor oamenilor să acționeze, cu atât mai mulți vor acționa!

Poți trimite mai multe și inunda birourile și registraturile. De obicei, într-o campanie poți strânge mulți susținători, iar acest aspect se transmite, de obicei, prin semnături pentru petiții. Gândește-te ce înseamnă ca un primar să primească o petiție cu 1.000 de semnături și ce înseamnă să primească 1.000 de cărți poștale.

Dau voce. Le poți folosi pentru a mobiliza grupuri vulnerabile care nu au încrederea necesară în ele să scrie o scrisoare și sunt intimidate de alte forme de comunicare cu autoritățile.

cere:

CAMPANIA DE TELEFOANE

O metodă de a „inunda” decidenții cu mesajul campaniei tale este de a mobiliza susținătorii să le dea telefoane. Cu cât vor primi mai multe telefoane, cu atât vor fi mai conștienți de impactul acțiunilor lor. Dacă vrei să pornești o campanie de telefoane, tebuie să ții minte asta:

Fă un mesaj de îndemn scurt din care oamenii să înțeleagă ce au de făcut. Dă numărul de telefon al țintei. Cu cât e mai simplu pentru oameni să răspundă îndemnului, cu atât mai mulți se vor mobiliza.

Explică pe foarte scurt mesajul care trebuie transmis și dă un site de campanie unde cei interesați să citească ce s-a făcut până acum. Dacă oamenii nu înțeleg contextul, vor fi reticenți să se alăture unei campanii de telefoane. În același timp, nu da foarte multe detalii în anunțul propriu-zis, deoarece îndemnul la acțiune se diluează.

Dacă scopul este de a pune presiune pe decident, dă un interval temporal în care oamenii să sune. Dacă se diluează pe o perioadă lungă de timp, efectul va fi mult mai mic decât dacă decidentul nu își va mai putea folosi telefonul timp de câteva ore.

Oferă un canal de comunicare pentru ca cei care vorbesc la telefon cu autoritățile ca îți poată povesti ce s-a discutat (o adresă de mail, o pagină de facebook, un formular etc.). De obicei oamenii vor fi destul de emoționali după ce vorbesc cu autoritățile, așa că e bine să le pui la dispoziție o modalitate de a se „descărca".

Gândește-te la o strategie de exit. Cum faci să anunți susținătorii că ținta campaniei a răspuns pozitiv apelului și nu mai este cazul să fie asaltată cu telefoane.

cere:

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.

MOBILIZAREA COMUNITĂȚII ȘI CUM ȚI OAMENII IMPLICAȚI

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).

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.

cere:

NAMING AND SHAMING

Este o acțiune ce prespune numirea publică a unor decidenți care au făcut ceva ilegal sau dăunător comunității. Această tactică are ca scop responsabilizarea factorilor de decizie prin personalizarea instituțiilor/autorităților publice. În acest fel, publicul știe exact cine (vorbim de domnul-doamna X, nu de o responsabilitate colectivă) poate și trebuie să ia o decizie în vederea rezolvării problemei cu care comunitatea/grupul/organizația se confruntă.

Fie că vorbim despre o decizie nepotrivită, fie că vorbim despre refuzul de a lua o decizie, prin naming and shaming se arată clar care este legătura dintre un fapt și o persoană publică.

Decidenții nu se mai pot ascunde în spatele funcțiilor sau în spatele anonimatului și trebuie astfel să dea socoteală comunității, alegătorilor.

PAȘI

1. Identifică instituția și persoanele responsabile de soluționarea problemei (Primăria – Primarul X, Administrația Domeniului Public – Directorul X, Consiliul Local - Consilierii Locali, Ministerul Justiției – Ministrul X etc.).

2. Adună informații: nume, funcție, partid, fotografii, pagina de Facebook, site, Twitter, blog și alte canale de comunicare ale persoanei respective.

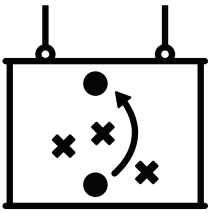
3. Spune clar pentru ce este tras la răspundere decidentul – este foarte important să folosești numele:

> *Domnul Ion Ionescu, Primarul orașului YYY din partea partidului VVV, aprobă tăierea a 500 de copaci sănătoși din centrul orașului, încălcând astfel prevederile de mediu în vigoare și nevoile cetățenilor.*
>
> *Ion Popescu, Directorul Autorității de Management din cadrul Ministerului Fondurilor Europene, refuză clarificarea situației prefinanțărilor pentru proiectele de economie socială. Această situație duce la blocarea a peste 200 milioane de euro din fondurile europene.*

4. Folosește imagini cu persoana respectivă.

5. Transmite informația pe toate canalele disponibile: comunicate de presă, canale de socializare, afișe, fluturași etc.

cere:



TACTICI ȘI ACȚIUNI DE FOLOSIT ÎN CAMPANIE

Atunci când pregătești o campanie de advocacy, o componentă importantă a strategiei constă în stabilirea tacticilor/acțiunilor și succesiunea acestora. Tacticile sunt activitățile pe care le organizezi, împreună cu aliații și susținătorii, pentru a determina țintele să ia deciziile pe care le dorești. Unele tactici vizează direct țintele (spre exemplu, o scrisoare deschisă adresată primarului), altele le vizează indirect (de pildă, o campanie de informare cu privire la o problemă, prin care îți crești baza de susținători, urmând ca, ulterior, participanții să fie invitați să se alăture campaniei de advocacy prin semnături, participări la ședințe de consiliu etc.).

Criteriile care te ajută să alegi cele mai potrivite tactici pentru campanie sunt:

I. Intensitatea - presiunea pe care o poți pune printr-o tactică.
II. Timp de realizare, urgența cauzei.
III. Resurse:
    1. Financiare.
    2. Capital social.
    3. Notorietatea cauzei.

soft medium hard

	timp	resurse	online/offline
Audiență			OFF
Petiție și scrisori deschise			ON/OFF
Cafeneaua publică			OFF
Scrisori de susținere			ON/OFF
Evenimente media			OFF
Dezbateri publice, mese rotunde			OFF
Sesiune de responsabilizare			OFF
Protest			OFF
Marș			OFF
Flashmob			OFF
Photovoice			ON/OFF
Campanii de scrisori sau telefoane			ON/OFF
Caricaturizări, ironizări, satire			ON/OFF
Livrat produse simbolice			OFF
Naming & shaming			ON/OFF
Nesupunere civică			ON/OFF

cere:

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:

a. Cine sunt eu, cel care organizează protestul, pe cine reprezint și ce vreau să obțin?

b. Care sunt lucrurile concrete pe care le cer?

c. De la cine le pot obține? (acestea sunt țintele)

d. 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.

CUM SĂ ORGANIZEZI UN PROTEST - PAS CU PAS

PAȘI

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.

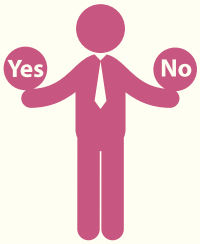
3. Pregătește recuzita protestului. Pancarte de carton scrise cu marker, afișe de pânză pe care scrie cu spray, afișe scoase la imprimantă, panglici, baloane, portavoce, PET-uri cu pietricele în ele etc. Nu uita să pregătești din timp sloganele care vor fi strigate la protest. Dacă ai o listă mai lungă, 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).

cere:



SESIUNEA DE RESPONSABILIZARE

Sesiunea de responsabilizare este o întâlnire publică cu mulți oameni, în cadrul căreia are loc un dialog între cetățenii afectați de o problemă și autoritățile responsabile de soluționarea acesteia, cu scopul de a obține un angajament din partea decidenților pentru rezolvarea problemei. Acest tip de întâlnire este structurată în așa fel încât controlul să fie deținut de cetățeni, iar autoritatea publică să respecte regulile impuse de aceștia. De aceea pregătirea este extrem de importantă. Iată ce trebuie să faci înainte de o sesiune de responsabilizare:

1. Formulează cerințele - clare, specifice și sub formă de întrebare închisă.

2. Stabilește ce promisiuni și angajamente vrei să obții de la autoritatea publică (inclusiv angajamente mai mici, precum contactul cu un alt reprezentant public).

3. Stabilește unde va avea loc întâlnirea (în parc, la o școală din zonă etc.).

4. Mobilizează oameni care să participe pentru a avea impactul dorit. De obicei, la astfel de întâlniri, este bine să fie minimum 70 de participanți.

5. Invită autoritățile publice cu cel puțin 2 săptămâni înainte și asigură-te că vor participa. Dă telefoane, trimite scrisori, anunță evenimentul pe Facebook.

6. Invită presa cu cel puțin 1 săptămână înainte.

7. Stabilește rolurile celor care vor participa: cine moderează, cine pune întrebările, cine ia notițe, cine face fotografii, cine vorbește cu presa etc.

8. Fă o repetiție înainte și jocuri de rol.

SESIUNEA DE RESPONSABILIZARE - PAS CU PAS

PAȘI

LA SESIUNE

1. Orice întâlnire de acest gen trebuie să aibă un moderator, care are o privire de ansamblu, deschide și închide întâlnirea, spune care este scopul întâlnirii și invită atât organizatorii, cât și invitații să se prezinte.

2. Există câteva persoane care adresează cerințele. Cerințele sunt scrise deja pe coli de flipchart mari, cu cele două variante de răspuns – da sau nu.

3. Plan de rezervă pentru situația în care autoritatea publică nu apare la întâlnire.

4. Participanții/susținătorii din comunitate pot afișa pancarte.

5. O persoană trebuie să stea la intrare pentru a primi persoanele din comunitate și a le invita să-și lase datele de contact pe o listă de participanți.

6. O persoană trebuie să fie responsabilă de relația cu presa.

7. Toți participanții primesc o agendă, astfel încât să știe ce se va întâmpla și când. Cei care au probleme de semnalat în afara problemei pentru care a fost organizată întâlnirea sunt invitați să le scrie pe o coală separată de flipchart, urmând ca ele să fie discutate într-o altă întâlnire.

8. Modul în care este aranjată sala, poziționarea în spațiu, pot deveni atuuri importante. De asemenea, sunt importante controlul microfonului, acordarea unor timpi clari pentru întrebări, răspunsuri, intervenții, astfel încât reprezentanții autorităților publice să nu pună monopol pe întâlnire.

DUPĂ SESIUNE

1. Realizează un proces verbal, cu toate răspunsurile primite din partea autorităților, publică-l online, trimite către presă, dar și către autoritatea publică.

2. De multe ori este bine să ai un document cu întrebările scrise și cu spațiu liber pentru răspunsuri, pe care să-l completezi pe loc și să rogi reprezentantul public să-l semneze. Dacă nu este posibil, poți solicita o audiență ulterior, în care să ceri același lucru.

3. Mulțumește celor care au participat.

4. Evaluează întâlnirea – ce a mers bine, ce puteam face mai bine?

5. Stabilește care sunt pașii următori.

cere:

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!

MODEL DE PETIȚIE. PETIȚIA ORIGINALĂ A FOST ELABORATĂ DE GRUPUL „LUPTĂM PENTRU ALEEA LUNGULEȚU”

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 Lunguleț” format din trei Asociații de Proprietari și peste 1500 de cetățeni care locuiesc în zona Aleea Lunguleț 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 Lunguleț”

TRASEUL DECIZIONAL LA NIVEL LOCAL

Traseul unui proiect de hotărâre în consiliul local și posibilitățile de intervenție ale cetățenilor	
ETAPA	**CUM SE POT IMPLICA CETĂȚENII ȘI ORGANIZAȚIILE**
INIȚIEREA Proiectele de hotărâri pot fi inițiate de primar, de consilierii locali sau de cetățeni. Elaborarea proiectelor se face de cei care le propun, cu sprijinul secretarului general al unității/subdiviziunii administrativ-teritoriale și al compartimentelor de resort din cadrul aparatului de specialitate al primarului. (Codul administrativ, Art. 136 (1)) Proiectele de acte normative se supun spre adoptare însoțite de o expunere de motive, o notă de fundamentare sau un referat de aprobare, precum și de un studiu de impact, după caz. Lege 24/2000 – privind normele de tehnică legislativă, Art. 6 (3)	Folosind instrumentele de advocacy la îndemână, o organizație sau grup de cetățeni care dorește propunerea unui proiect de hotărâre de Consiliul Local se poate adresa Primarului, unui consilier local, sau unui grup de cetățeni locali cu solicitarea de a iniția proiectul respectiv, sau de a prelua un proiect deja scris de cetățeni. O altă variantă, este inițiarea proiectului de hotărâre chiar de către cetățeni. Procedura este descrisă în Codul administrativ la art. 247 și presupune susținerea proiectului de către minim 5% dintre cetățenii cu drept de vot din respectiva localitate.
CONSULTAREA PUBLICULUI Legea 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică impune o procedură de consultare care se aplică și proiectelor de hotărâre cu caracter normativ (actul emis sau adoptat de o autoritate publică, cu aplicabilitate generală – Art. 3 a)): › publicarea proiectului de act normativ cu 30 de zile înainte ca acesta să intre în circuitul de avizare și adoptare (Art. 7) așa încât orice cetățean interesat să poată transmite opinii cu privire la proiect. › organizarea unei dezbateri publice pe marginea proiectului, la cererea unei organizații neguvernamentale sau a unei alte instituții publice. (Art. 7)	Cetățenii pot trimite comentarii referitoare la propunerea de proiect de hotărâre sau, prin intermediul unei organizații legal constituite, pot solicita o dezbatere publică la care să participe pentru a dialoga cu inițiatorii proiectului. La dezbatere sunt obligați să participe inițiatorii proiectului (responsabilii din primărie) și alți experți cu rol cheie în realizarea proiectului. Desigur, flosind oricare alte instrumente de advocacy, price persoană interesată își poate face opinia cât mai larg cunoscută atât de către inițiatorii proiectului de hotărâre, cât și de către ceilalți membrii ai consilșiului local care se vor exprima ulterior prin vot cu privire la proiect.

ANALIZA TEHNICĂ ȘI AVIZAREA

Aparatul de specialitate (executivul primăriei) realizează o analiză tehnică a proiectului de hotărâre și se exprimă cu privire la necesitatea și oportunitatea proiectului. CA urmare a acestui proces, se întocmește un raport de specialitate care va însoți proiectul de hotărâre în pașii următori.

Comisiile de specilitate ale Consiliului local, relevante pentru tema proiectului, analizează proiectul de hotărâre, însoțit inclusiv de raportul consultării publice, și emit un aviz (consultativ). Această analiză se face, de regulă, în cadrul Ședinței comisiei/comisiilor de specialitate. În cadrul comisiei, consilierii pot propune amendamente care să modifice proiectul de hotărâre. (Codul administrativ, Art. 136

Cetățenii și ONG-urile pot solicita membrilor comisiilor de specialitate să fie consultați cu privire la un anumit proiect de hotărâre, pot solicita să participe și să își susțină punctul de vedere în cadrul ședinței comisiei de specialitate, pot trimite scrisori membrilor comisiei sau pot folosi alte tactici de advocacy prin care să convingă membrii comisiei de specialitate să modifice, să aprobe sau să respingă proiectul de hotărâre.

ADOPTAREA

După ce intră pe ordinea de zi a ședinței, consilierii aprobă sau resping proiectul prin vot. Înaintea votului, pot avea loc dezbateri între consilieri pe marginea priectului de hotărâre. Inclusiv aici, consilierii pot propune amendamende. (Codul administrativ, Art. 138)

Ședințele Consiliului Local sunt publice, peroanele interesate pot inclusiv să ia cuvântul (Codul administrativ, Art. 138 și Legea 52/2003, Art. 8)

Ordinea de zi este adusă la cunoștința publicului prin mass-media, prin afișarea pe pagina de internet a unității administrativ-teritoriale sau prin orice alt mijloc de publicitate.
(Codul administrativ, Art. 135).

Acest anunț trebuie comunicat cetățenilor cu cel puțin 3 zile înainte de desfășurarea ședinței. Anunțul va fi adus la cunoștință și „cetățenilor și asociațiilor legal constituite care au prezentat sugestii și propuneri în scris [...].
(L 52/2003, art. 8).

Proiectele de hotărâre se adoptă cu majoritate simplă (jumătate + 1 dintre cei prezenți) sau absolută (jumătate + 1 dintre membrii CL indiferent dacă sunt prezenți sau nu) de la caz la caz. În cazul particular al hotărârilor ce privesc patrimoniul local, hotărârile se iau cu majoritate calificată de două treimi din numărul consilierilor locali în funcție.
(Codul administrativ art. 139)

Cetățenii și organizațiile interesate pot urmări dacă priectul pe care doresc să îl influențeze se află pe ordinea de zi a ședinței consiliului local și pot participa la respectiva ședință. În cazul unor localități (în special municipii sau orașe) există proceduri specifice pe baza cărora se face participarea la ședință, incluse în Regulamentul de Organizare și Funcționare a CL.

În cazul în care responsabilii evită punerea pe ordinea de zi a unui proiect de hotărâre, organizația interesată poate să facă presiune în acest sens, folosind oricare dintre instrumentele de advocacy aflate la îndemână.

În ziua ședinței, pot solicita (conform procedurilor fiecărei localități) să ia cuvântul. Tot atunci, pot fi prezenți în sală pentru a arăta interesul față de un proiect de hotărâre.

În plus, cetățenii și organizațiile interesate își pot face opinia cunoscută de către consilierii locali prin diverse modalități (comunicare directă, mass media, evenimente publice, etc)

Tabelul de mai sus prezintă traseul general pe care îl parcurge un proiect de hotărâre. În funcție de domeniu, pot exista proceduri specifice (ex. Proiectele ce vizează mediul, Proiectele de urbanism, proiectul de buget local) stabilite prin legi speciale.

ADVOCACY ȘI LEGIFERAREA ÎN PARLAMENT

ETAPA	OBSERVAȚII	POSIBILITATEA INTERVENȚIILOR DE TIP ADVOCACY
Inițiativa legislativă Art. 74 din Constituția României	Inițiativa legislativă poate aparține guvernului (proiecte de lege), parlamentarilor și cetățenilor (propuneri legislative). > Un singur deputat sau senator este suficient pentru ca inițiativa să poată fi înregistrată oficial. > Cel puțin 100.000 cetățeni cu drept de vot din cel puțin un sfert din județele țării, iar în fiecare din aceste județe, respectiv în municipiul București, trebuie să fie înregistrate cel puțin 5.000 de semnături în sprijinul acestei inițiative. Dacă inițiatorul unei legi este Guvernul României, acesta are obligația de a informa publicul chiar înainte de redactarea proiectului legislativ. Anunțul referitor la elaborarea unui proiect de act normativ va fi adus la cunoștință publicului cu cel puțin 30 de zile înainte de supunerea spre analiză, avizare și adoptare (L52/2003).	Cetățenii și organizațiile neguvernamentale pot veni cu propunerilor lor; de asemenea pot să încerce să convingă un parlamentar sau un grup de parlamentari să preia proiectul de lege. În faza de inițiere a unui act normativ un parlamentar poate decide să organizeze consultări publice pentru a afla poziția anumitor factori interesați față de o anumită inițiativă legislativă. Pe de altă parte, cetățenii pot fi implicați în procese de consultare la nivelul executivului și au posibilitatea de a-și face cunoscute opiniile față de subiectul propus spre reglementare. Desigur, din proprie inițiativă, cetățenii sau organizațiile își pot prezenta punctele de vedere pe margine unei inițiative legislative, folosind oricare dintre instrumentele de advcacy.
Sesizarea Parlamentului – Biroul Permanent al Camerei Art. 75 alin. (1) din Constituția României [1]	Inițiatorul propunerilor legislative (guvernul, cetățenii sau parlamentarii) sesizează acea cameră a Parlamentului care are în competență tema propusă spre legiferare, prin depunerea propunerii la **Biroul Permanent** al acesteia. Aceasta va fi **prima camera sesizată.**	După înregistrarea la Biroul Permanent, pe site-ul camerei sesizate se publică Fișa propunerii legislative sau a proiectului de lege. Aceasta cuprinde traseul decizional (avizele și rapoartele ce trebuie emise de Comisiile de specialitate și alte avize sau puncte de vedere de la terțe instituții – Consiliul Economic și Social, Consiliul Legislativ etc), precum și termenele de amendare și avizare. În acet punct, organizațiile și cetățenii pot transmite membrilor comisiilor sau inițiatorilor opiniile lor, folosind oricare dintre instrumentele de advocacy la dispoziție. În plus, pe site-ul Camerei Deputaților, în cadrul secțiunii ***Actualitate Parlamentară,*** există un link special către Inițiative legislative aflate în consultare publică, precum și un mecanism de transmitere on-line a opiniilor pe marginea acestora.

ETAPA	OBSERVAȚII	POSIBILITATEA INTERVENȚIILOR DE TIP ADVOCACY
Avizarea legii **Art. 75 alin. (2)** din Constituția României	Prima cameră sesizată se pronunță în termen de 45 de zile. Pentru coduri și alte legi de complexitate deosebită termenul este de 60 de zile. În cazul depășirii acestor termene se consideră că proiectele de legi sau propunerile legislative au fost adoptate (adoptare tacită). În acest timp, **Biroul Permanent** transmite propunerea legislativă: › **Consiliului Legislativ,** spre avizare (acesta verifică conformitatea cu legislația în vigoare și aspecte ce țin de tehnică legislativă); › **Guvernului,** pentru obținerea unui punct de vedere, în cazul proiectelor de acte normative care au alt inițiator decât Guvernul (Ulterior, Guvernul are ocazia de a-și susține poziția în timpul dezbaterilor din plenul camerei); › **Curții Constituționale,** pentru obținerea unui aviz, în cazul inițiativelor cetățenești; › **Consiliului Economic și Social,** pentru aviz, dacă propunerea nu vine de la Guvern însoțită de acest aviz; › **Comisiilor de specialitate** relevante pentru aviz sau raport. Comisia de fond (uneori mai multe) întocmește un raport ce propune plenului adoptarea sau respingerea. › **Altor instituții** în cazuri particulare. În cadrul procesului de avizare, în cadrul comisiei sesizate pe fond, pot fi propuse și adoptate amendamente. În raportul comisiei de fond va apărea lista amendamentelor adoptate și a celor respinse.	Pe parcursul procesului de avizare, organizațiile sau cetățenii interesați pot să transmită opiniile lor către comisiile și instituțiile ce urmează să avizeze o propunere legislativă. Un instrument important este participarea la Ședințele Comisiilor de specialitate. **Regulamentul Camerei Deputaților precizează că:** Art. 47. – Biroul fiecărei comisii a Camerei Deputaților: **f) invită să ia parte la lucrările comisiei reprezentanți ai societății civile,** ai asociațiilor patronale, profesionale sau sindicale, ai administrației publice centrale ori locale și ai altor persoane juridice, precum și persoane fizice, care pot furniza expertize și informații necesare activității; h) organizează, la propunerea membrilor comisiei, **ședințe de consultări, dezbateri publice cu reprezentanți ai societății civile,** ai asociațiilor patronale și profesionale, ai sindicatelor, ai administrației publice centrale sau/și locale. i) aprobă prezența persoanelor interesate să ia parte la lucrările comisiei în condițiile prevăzute la art. 145 alin. (1) teza a II-a. Art. 48. – Președintele comisiei: b) poate propune ca la lucrările comisiei, în scopul realizării lor în bune condiții, să ia parte și alte persoane; Art. 55. – **Ședințele comisiilor Camerei Deputaților sunt publice,** cu excepția cazurilor în care plenul acestora prevede altfel. Lucrările comisiilor Camerei Deputaților pot fi transmise pe rețeaua internă de televiziune a Camerei Deputaților și la posturile de radio și televiziune. Art. 55. – (2) **Comisiile pot invita să participe la lucrări persoane interesate, reprezentanți ai unor organizații neguvernamentale** și specialiști din partea unor autorități publice sau a altor instituții specializate. Reprezentanții organizațiilor neguvernamentale și specialiștii invitați pot să își prezinte opiniile cu privire la problemele discutate în comisie sau pot înmâna președintelui comisiei documentații ce vizează tematica pusă în discuție. Despre participarea la comisiile Senatului, Regulamentul acestuia spune: Art.57. (1) **Președintele comisiei** are următoarele atribuții: **c) invită, din proprie inițiativă sau la solicitarea membrilor comisiei, să participe la lucrările comisiei persoane din afara ei;** Art.62. (3) Biroul comisiei hotărăște condițiile și limitele participării la **ședințele comisiei a unor persoane interesate,** care **au înaintat acesteia o cerere scrisă și motivată,** sau a personalului de specialitate al Senatului.

ETAPA	OBSERVAȚII	POSIBILITATEA INTERVENȚIILOR DE TIP ADVOCACY
Dezbaterea în plenul camerei sesizate **Art. 76** din Constituția României [2]	Odată definitivate etapele anterioare, propunerea legislativă este înscrisă pe **ordinea de zi** a Camerei de către Biroul Permanent. **Plenul Camerei** sesizate se pronunță asupra propunerii legislative în cadrul unei dezbateri generale (unde deputații sau senatorii pot face remarci generale). În unele cazuri se poate face o dezbatere pe articole. În faza dezbaterilor generale asupra inițiativei legislative nu pot fi propuse amendamente de fond.	Ședintele ambelor Camere sunt publice. Condițiile de participare se regăsesc în Regulamentul fiecărei camere. Dincolo de a asista efectiv la Ședința plenului, cetățenii sau organizațiile își pot face cunoscute opiniile, direct de către senatori și deputați, prin variate instrumente de advocacy (întâlniri directe, mass media, scrisori).
Votul final al Camerei	După dezbaterile din plen, se trece la **votul final** (înainte de scurgerea celor 45 de zile).	
Camera decizională **Art. 75 (3)** din Constituția României	După adoptare sau respingere de către prima cameră sesizată, proiectul de lege sau propunerea legislativă se trimite celeilalte camere, unde procesul decizional este similar. Ea este considerată Camera decizională, iar legea nu prevede un termen precis până la care ea trebuie să dea votul final.	La fel ca în cazul primei camere sesizate
Promulgarea de către Președinte **Art. 77** din Constituția României	După votul final din Camera decizională și dacă în urma acestuia proiectul este adoptat, legea se trimite spre promulgare Președintelui României. Promulgarea legii se face în termen de cel mult 20 de zile de la primire. Acesta își poate exercita dreptul de veto și retrimite legea Parlamentului spre re-examinare. După întoarcerea acesteia la Președinte, ea trebuie promulgată în termen de 10 zile.	Dacă este cazul, foarte bine argumentat, organizațiile sau cetățenii pot solicita Președintelui să nu promulge legea.
Publicarea în MO **Art. 78** din Constituția României	Legea se publică în Monitorul Oficial al României și intră în vigoare la 3 zile de la data publicării sau la o dată ulterioară prevăzută în textul ei.	

Traseul de mai sus descrie varianta "tipică". În situații particulare, pot interveni pași noi pe care, pentru a nu complica materialul, nu i-am surprins aici.

Legislație relevantă: Constituția României
Legea 24/2000 privind normele de tehnică legislative, Regulamentele Camerei Deputaților și al Senatului

[1] Se supun spre dezbatere și adoptare Camerei Deputaților, ca primă Cameră sesizată, proiectele de legi și propunerile legislative pentru ratificarea tratatelor sau a altor acorduri internaționale și a măsurilor legislative ce rezultă din aplicarea acestor tratate sau acorduri, precum și proiectele legilor organice prevăzute la articolul 31 alineatul (5), articolul 40 alineatul (3), articolul 55 alineatul (2), articolul 58 alineatul (3), articolul 73 alineatul (3) literele e), k), l), n), o), articolul 79 alineatul (2), articolul 102 alineatul (3), articolul 105 alineatul (2), articolul 117 alineatul (3), articolul 118 alineatele (2) și (3), articolul 120 alineatul (2), articolul 126 alineatele (4) și (5) și articolul 142 alineatul (5). Celelalte proiecte de legi sau propuneri legislative se supun dezbaterii și adoptării, ca primă Cameră sesizată, Senatului.

[2] Pentru a fi adoptată, o lege simplă are nevoie de „jumătate plus unu" voturi favorabile din numărul deputaților sau al senatorilor prezenți la vot, o lege organică are nevoie de votul favorabil a „jumătate plus unu" din numărul total al deputaților sau senatorilor, iar o lege constituțională are nevoie de votul favorabil a două treimi din numărul total de membri ai camerei.

ADVOCACY DIGITAL

Advocacy-ul digital presupune folosirea tehnologiei digitale pentru a contacta, informa, educa și a mobiliza un grup de oameni interesați de o anumită problemă sau cauză. Advocacy-ului digital are ca scop animarea susținătorilor pentru a se implica și a acționa pentru rezolvarea problemei. El trebuie integrat adecvat în strategia voastră de advocacy, astfel încât să complimenteze și să amplifice acțiunile voastre offline.

CAZ DE UTILIZARE	SOLUȚIE	APLICAȚIE SAU SITE
COMUNICARE EXTERNĂ	Website	Google sites, wordpress.org Squarespace, IONOS, Wix
	Social Media	facebook, instagram youtube, tik-tok
	Editare fotografii	gimp Adobe Photoshop
	Generare ilustrații	Canva Adobe Illustator Microsoft Publisher Apple iMovie
	Editare video	Apple iMovie Blender, PowerEditor
ORGANIZARE ȘI COMUNICARE INTERNĂ	E-mail	gmail, outlook yahoo mail
	Servicii mesagerie	discord google chat Microsoft Teams Slack
	Wiki/site intern	ClickUp, Notion Google Sites, Slab
	Depozitare documente online	Google Drive Microsoft OneDrive Dropbox

ADVOCACY DIGITAL

CAZ DE UTILIZARE	SOLUȚIE	APLICAȚIE SAU SITE
ACȚIUNE	Management de proiect	Google Workspace Hive ClickUp Trello Asana
	Conferințe, seminarii și evenimente transmise online	Zoom Google Meet BlueJeans Microsoft Team
	Programe de training și ateliere online	Miro Mural
	Tutoriale	Loom Tango
FUNDRAISING	Platforme de donații	Crowdfunder Patreon Galantom PayPal Facebook Fundraiser
	Managementul relației cu donatorii	Oracle NetSuite Bloomerang Neon CRM