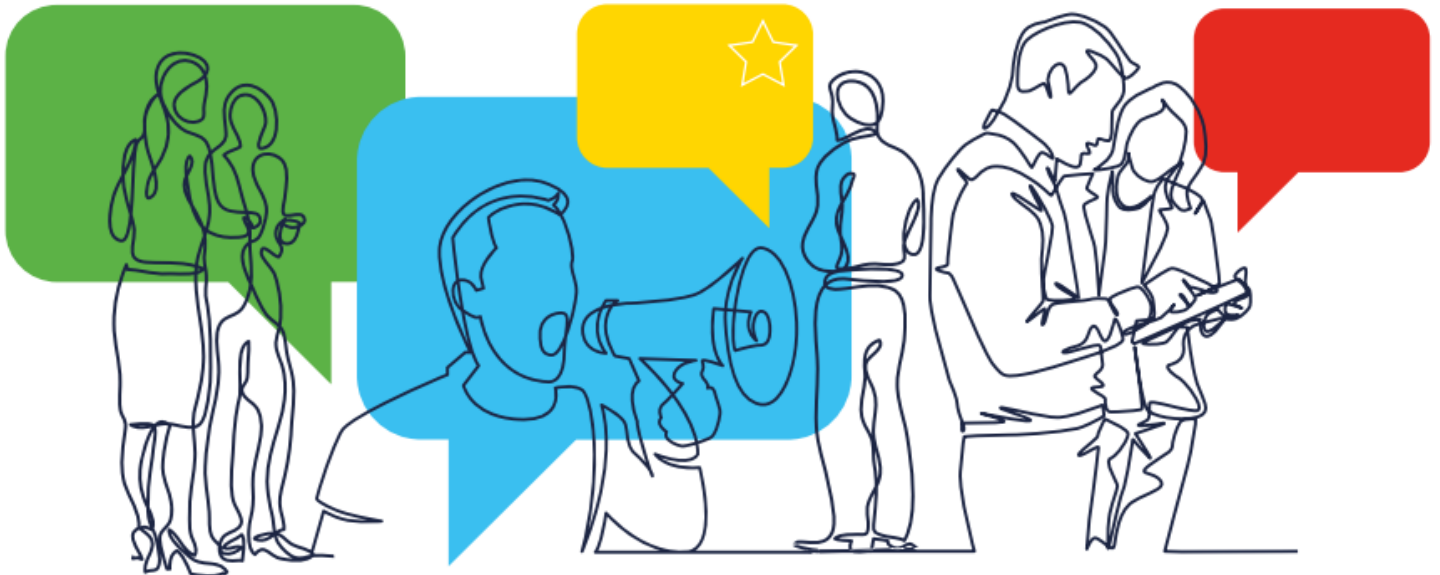


FORUMUL INI?IATIVEI CET??ENE?TI EUROPENE

Cum să vă structurați echipa ICE



LEARN - DISCUSS - CONNECT - SEEK ADVICE

De ce o echipă bine structurată este esențială pentru a reuși

Campaniile pentru inițiative cetățenești europene (ICE) necesită **coordonare transnațională, comunicare clară și structuri durabile**. Derularea unei campanii ICE înseamnă coordonarea mai multor campanii naționale, cu mesaje adaptate la regiunile respective. O echipă bine structurată și perfecționată poate să extindă campania, să reacționeze rapid la evenimente neprevăzute, să maximizeze oportunitățile care apar și să mențină un ritm alert.

Puteți decide și să vă descentralizați campania, situație care poate schimba întreaga strategie.

- Ca echipă centrală, ați putea să **valorificați oportunitățile transnaționale**, să coordonați activitățile la nivel european și să asigurați conformitatea juridică.
- Între timp, echipele naționale ar putea aplica la nivel local o strategie de campanie cu mesaje **adaptate la contextul regional** și cu acțiuni de colectare a semnăturilor pe teren.
- Stabilirea de **roluri, responsabilități și sarcini clare**, atât la nivel european, cât și la nivel național, este esențială pentru ca o ICE să funcționeze eficient în mai multe țări și să aibă un impact de durată.

Pornirea de la zero

Dacă porniți campania de la zero, **gândiți-vă să recrutați activiști sau militanți experimentați**. Experiența lor de mobilizare civică este **vitală pentru o campanie transnațională** precum cea de care este nevoie pentru o ICE. Ei știu cum să atragă atenția diferitelor categorii de public și cum să gestioneze dinamica transfrontalieră. Prin urmare, pot să structureze strategia, să minimizeze timpul de formare și să vă ajute echipa să gestioneze corect provocările unice ale unei ICE.

Cel mai important este să începeți prin a gândi strategic: atribuiți rolurile majore în funcție de obiectivele campaniei dumneavoastră.

Sfaturi de la organizatori

Echipa *PsychedeliCare* a fost formată în mare parte din profesioniști din domeniul psihologiei, psihiatriei, medicinei și cercetării. Mulți dintre ei nu aveau experiență în activismul civic, dar aveau **cunoștințe de specialitate aprofundate**. Acest lucru **s-a dovedit a fi valoros pentru credibilitate, pentru dezvoltarea conținutului și pentru activitățile de informare** în domeniul lor. Ei le recomandă însă viitorilor organizatori ai ICE să implice și activiști cu experiență, dacă se poate, pentru că aceștia pot să raționalizeze coordonarea, să reducă timpul de integrare a altor membri și să consolideze structura campaniei încă de la început.

Formarea echipei plecând de la organizații existente

Avantajul unui nucleu de pornire format din organizații consacrate ale societății civile este că veți beneficia, de la bun început, de **rețelele existente**, de **capacitatea lor administrativă**, de **cunoștințele lor de specialitate** și de **credibilitate**. Toate acestea vă pot facilita **activitățile de informare**, **strângerea de fonduri și continuarea formării de parteneriate** și ar putea duce la crearea unei **coaliții paneuropene** care să mobilizeze publicul în favoarea inițiativei.

Sfaturi de la organizatori

Organizatorii *My Voice, My Choice* și-au construit cu succes echipa de campanie pornind de la un ONG cu sediul în Slovenia. Astfel au avut acces imediat la o infrastructură de comunicare și la un public preexistent, ceea ce le-a permis să recruteze rapid noi membri ai echipei și să-și extindă raza de acțiune și în alte țări.

Gestionarea unei echipe transnaționale

Coordonarea unei echipe ICE în mai multe țări aduce cu sine provocări inevitabile – lingvistice, culturale și logistice.

- **Comunicarea clară și flexibilitatea** sunt esențiale pentru alinierea eforturilor echipelor internaționale.
- Asigurați-vă că **toate materialele de campanie sunt simple și accesibile**, astfel încât să fie ușor de înțeles și de adaptat de către membrii echipelor din celelalte țări.
- V-ați putea gândi **să numiți coordonatori naționali pentru comunicare** în țările pe care le vizați. Ei pot ghida procesul de adaptare a conținutului, astfel încât acesta **să rezoneze cu publicul local**. Este bine să lucreze cu instrumente de traducere de încredere sau cu vorbitori nativi pentru a se asigura că principalele documente și mesaje de campanie se aliniază mesajului general, asigurând coerența la toate nivelurile și respectând în același timp diferențele regionale.

Gestionarea echipelor naționale

Furnizați materiale precum prezentări generale ale campaniei, materiale vizuale, orientări și mesaje-tip care pot fi difuzate prin intermediul rețelelor existente pentru a ajunge la potențiali voluntari și noi membri ai echipei.

- **Facilitați-le accesul în echipă și familiarizarea cu campania, pentru a construi încrederea** în munca echipei dumneavoastră și pentru a încuraja implicarea în campanie.

Sfaturi de la organizatori

Pentru a construi echipe naționale, *PsychedeliCare* s-a adresat mai întâi organizațiilor partenere, cărora le-a cerut sprijin pentru identificarea voluntarilor interesați din diferite țări. Aceste organizații au difuzat apelul de implicare pe canalele lor de comunicare socială și prin buletine informative. De asemenea, organizatorii au creat pe site-ul inițiativei un formular de contact, permițând persoanelor interesate să-și exprime cu ușurință interesul, prin indicarea țării lor. Acest lucru a simplificat procesul de corelare a ofertelor de voluntariat cu nevoile echipelor naționale.

O echipă națională tipică poate include de exemplu:

- un **coordonator național** responsabil cu cartografierea părților interesate de la nivel local
- un **creator de conținut** care adaptează materialele de campanie la contextul național
- un **coordonator pentru voluntariat** însărcinat cu recrutarea și implicarea de noi susținători

Reproducerea unor structuri și roluri similare în toate echipele de campanie naționale consolidează coerența campaniei, ceea ce facilitează gestionarea și extinderea ei.

Instrumente și software pentru coordonare

Coordonarea eficientă în cadrul unei campanii ICE se bazează în mare măsură pe **utilizarea inteligentă a instrumentelor digitale**.

- Comunicarea poate fi **structurată prin aplicații de mesagerie** precum WhatsApp sau Signal, care permit crearea cu ușurință a grupurilor.

Sfaturi de la organizatori

PsychedeliCare s-a bazat mult pe comunitățile WhatsApp ca instrument central de comunicare internă, facilitând legătura cu voluntari din întreaga UE. Organizatorii au creat un grup dedicat coordonatorilor naționali, ceea ce a permis un flux rapid de informații, coordonarea sarcinilor și colaborarea transfrontalieră. Sfaturi mai generale: **alegeți instrumentele de comunicare cu care voluntarii sunt deja familiarizați**, pentru o coordonare armonioasă și incluzivă.

- Instrumentele de **colaborare vizuală** precum Miro sau alte „panouri” online ajută echipele să creeze și să dezvolte idei. Când vine vorba despre **gestionarea sarcinilor și a fluxurilor de lucru**, platformele precum Trello, Notion sau Slack sunt extrem de eficace pentru atribuirea responsabilităților, urmărirea progreselor și asigurarea transparenței.

Sfaturi de la organizatori

Organizatorii *ICE Stop Destroying Videogames* („Stop distrugerii jocurilor video”) au construit o comunitate Discord de peste 4 000 de voluntari – o platformă care poate fi utilizată **pentru a mobiliza rapid sprijin**, dacă este necesar. Discord permite și campanii de cartografiere a țărilor și punctelor forte ale voluntarilor, de identificare a influencerilor locali și de organizare a unor eforturi și acțiuni de răspuns rapid.

Deși nimic nu înlocuiește valoarea resurselor umane, instrumentele **IA pot fi robo-asistenți valoroși**, acționând eficace ca un membru al echipei specific campaniei.

- De exemplu, pe ChatGPT, puteți **construi propriul model personalizat GPT** adaptat campaniei dumneavoastră, instruit să respecte orientările campaniei, tonul și coerența de marcă pentru a sprijini strategia campaniei, pentru a cartografia potențialii parteneri, pentru a ajuta la implicarea voluntarilor și pentru a vă asista în programare și planificare.

- **Instrumentele de editare video și de generare de imagini** precum Runway și Midjourney pot ajuta la structurarea procesului creativ și pot produce materiale de înaltă calitate pentru rețelele sociale, materiale de campanie sau scenarii narative vizuale.
- **Instrumentele de traducere** precum DeepL vă pot ajuta să localizați materialele de campanie în mai multe limbi.

Atunci când sunt utilizate în mod judicios și acolo unde resursele umane sunt limitate, **instrumentele avansate de IA vă permit să economisiți timp și resurse** pe care le puteți folosi pentru a vă concentra pe strategie și pe construirea de rețele.

Repartizarea sarcinilor la nivel european și respectiv național

O mare parte din succesul unei campanii ICE depinde de capacitatea de a dezvolta o cooperare amplă, care să reunească expertiză și resurse de la nivel european și de la nivel național. Iată cum v-ați putea structura și coordona echipele.

Sfaturi de la organizatori

My Voice, My Choice a pus accentul pe construirea unei **identități de marcă puternice și uniforme în toate echipele naționale**. Echipa centrală din Slovenia s-a asigurat că mesajele, materialele vizuale și stilul campaniei rămân coerente în toate țările, permițând în același timp echipelor naționale **să adapteze ușor conținutul la realitățile locale**. Această coerență a sporit **recunoașterea** campaniei și **încrederea** susținătorilor și a contribuit la menținerea unei **voci coerente în toate țările vizate**.

Iată câteva roluri comune care clarifică responsabilitățile și facilitează o colaborare armonioasă într-o campanie transnațională.

Posibile roluri și subechipe pentru nivelul european:

- **Echipa de politici:** dezvoltă poziționarea politică a campaniei, monitorizează evoluțiile legislative europene și asigură legătura cu factorii de decizie politică.
- **Coordonatorul principal:** supraveghează derularea campaniei, se asigură că toți actorii implicați funcționează sincronizat și servește drept responsabil principal.
- **Echipa de comunicare, relații cu publicul și utilizare a rețelelor sociale:** modelează discursul public al campaniei, gestionează relațiile cu presa și extinderea acoperirii media, coordonează strategia de comunicare pe rețelele sociale și consolidează vizibilitatea imaginii de marcă a campaniei.
- **Creatorul de conținut:** produce conținut digital atractiv și targetat pentru platformele online, cu scopul de a crește audiența campaniei, de a încuraja implicarea și de a crea un potențial de transmitere virală a mesajelor.

Sfaturi de la organizatori

Campania *My Voice, My Choice* nu ar fi avut succesul pe care l-a avut fără o prezență puternică pe rețelele sociale. Conturile de pe platformele online pe care le-au folosit au devenit **centre de difuzare a știrilor și a informațiilor** cu privire la democrație și la aspecte legate de drepturile fundamentale. Echipa responsabilă a reacționat rapid la evenimentele globale. **Distribuind constant conținut valoros, ea a atras în mod natural susținători** la care a făcut apel pentru a semna în favoarea inițiativei, a păstrat un ritm alert și a construit o comunitate în jurul cauzei.

- **Echipa juridică:** oferă consiliere cu privire la cerințele legale europene și naționale, formulează clauze și denegări de responsabilitate și asigură conformitatea cu RGPD.
- **Echipa de experți și oameni de știință:** efectuează studii de fond, furnizează expertiză științifică sau tehnică, elaborează materiale bazate pe dovezi și sprijină cauza printr-o comunicare publică corectă și credibilă, în strânsă colaborare cu echipa de relații cu publicul.
- **Echipa de strângere de fonduri:** identifică oportunități de finanțare, scrie cereri de grant, gestionează relațiile cu donatorii și întocmește bugetul pentru campanie.
- **Echipa de consolidare a coaliției:** ia contact cu ONG-uri și potențiali parteneri, menține relația cu organizațiile aliate.

- **Echipa tehnică/IT:** gestionează site-ul web, asigură securitatea digitală.
- **Echipa administrativă:** planifică și execută logistica campaniei, inclusiv gestionarea evenimentelor, coordonarea călătoriilor și transportul materialelor.
- **Echipa de gestionare a activității voluntarilor:** se ocupă de integrarea noilor voluntari, organizează cursuri de formare, asigură bunăstarea și motivația echipei.

Posibile roluri și subechipe pentru nivelul național:

- **Coordonatorul național:** acționează ca lider local, coordonează eforturile la nivel național și raportează echipei de la nivel european.
- **Echipa pentru evenimente și activități:** planifică evenimente locale, organizează participarea la evenimente publice.
- **Echipa de comunicare și de utilizare a rețelelor sociale:** traduce și adaptează mesajele pentru publicul național, creează conținut localizat, gestionează platformele locale.
- **Echipa de integrare și gestionare a voluntarilor:** primește noii membri și le explică rolul pe care îl au.
- **Echipa de traduceri:** asigură **localizarea** și traducerea exactă a conținutului campaniei.
- **Echipa de consolidare a coaliției:** contactează organizații locale, influenceri și reprezentanți ai presei pentru a consolida sprijinul.

Rolurile se pot suprapune – aceeași persoană poate prelua mai multe responsabilități, în funcție de domeniul de expertiză și de disponibilitatea sa. De exemplu, echipa de comunicare și de utilizare a rețelelor sociale se poate uni cu echipa pentru evenimente și activități, caz în care membrii echipei comune se ocupă atât de crearea de conținut, cât și de promovarea evenimentelor. La fel, echipele de comunicare și de traducere pot conlucra, combinând traducerile cu aplicarea celor mai bune strategii de adaptare a mesajelor la contextele naționale.

Sfaturi de la organizatori

HouseEurope! le-a propus tuturor membrilor echipei să vină cu propriile idei de promovare a cauzei. În fiecare săptămână, **conținutul de pe rețelele sociale a fost gestionat de alți membri ai echipei, prin rotație**. Astfel, fiecare a contribuit în felul său, ceea ce a dat inițiativei și conținutului mai multe voci.

Recrutarea și gestionarea voluntarilor

Recrutarea și gestionarea eficace a voluntarilor necesită mai mult decât simpla atribuire de roluri. Motivația și sentimentul de apartenență trebuie întreținute. Pentru a le stimula participarea:

- Atribuiți **sarcini mici, dar cu însemnătate**, care să le permită voluntarilor să susțină activ cauza fără a fi însă copleșiți.
- Încercați **să le înțelegeți interesele și punctele forte** pentru a le atribui roluri în care să se simtă și utili, și mulțumiți.
- **Dacă li se atribuie roluri clare, pe care și le pot asuma integral, dacă primesc recunoaștere publică și dacă li se dezvoltă sentimentul de apartenență la comunitate**, voluntarii vor fi motivați și constanți în eforturile lor.

Sfaturi de la organizatori

Echipa *Stop Destroying Videogames* și-a propus să-i convingă pe voluntari **să lucreze pentru campania inițiativei doar o oră pe săptămână sau pe lună**. Faptul că presiunea este atât de scăzută **a menținut interesul a mii de voluntari pe termen lung**.

Pregătirea pentru crize și extinderea

Crizele sunt inevitabile: plecări de personal, eșecuri tehnice sau o scădere a implicării pe rețelele sociale. Pregătiți-vă simulând aceste scenarii.

- **Formați personalul în mai multe direcții**, astfel încât să nu existe vreo sarcină care să depindă în totalitate de o singură persoană.
- De exemplu, dacă dintr-o dată coordonatorul comunicării decide să părăsească echipa, gestionarul comunicării pe rețelele sociale sau creatorul de conținut poate prelua temporar relațiile cu presa și programarea conținutului.

Sfaturi de la organizatori

Organizatorii *My Voice, My Choice* au subliniat **cât de important este să aveți planuri de contingență** pentru rolurile importante din echipă. Pregătindu-se pentru eventualele modificări de personal, aceștia au putut să rămână agili și să-și continue operațiunile atunci când s-au retras câțiva membri ai echipei.

- **Diversificați-vă platformele tehnologice** și pregătiți variante de rezervă.
 - De exemplu, dacă site-ul dumneavoastră principal clachează în timpul unei lansări importante, puteți redirectiona susținătorii către o pagină de destinație pregătită în prealabil, găzduită pe un alt server.

Sfaturi de la organizatori

În urma schimbării politicilor administrației americane după alegerile din SUA, postările *My Voice, My Choice* au început să fie blocate fără știrea organizatorilor (*shadow banned*), motiv pentru care și-au pierdut brusc din vizibilitate pe rețelele sociale majore. Experiența lor arată importanța **rezilienței digitale**: nu vă bazați pe o singură platformă! Pentru a rămâne vizibili, organizatorii și-au extins prezența pe rețele alternative precum Bluesky și Tumblr. **Diversificarea timpurie a canalelor digitale** pe care le folosiți vă poate permite să continuați să comunicați dacă brusc nu vă mai puteți baza pe vreuna dintre platforme.

- **Desemnați purtători de cuvânt** și puneți-le la dispoziție câteva idei gata formulate.
 - De exemplu, un coordonator de campanie sau de comunicare ar trebui să aibă tot timpul deja pregătit un mesaj scurt, în trei puncte, în caz că i se solicită pe neașteptate să dea

un interviu unui jurnalist sau să facă o declarație publică. Acest mesaj ar trebui pregătit în prealabil de către echipa de relații cu publicul și cu presa, în strânsă cooperare cu echipa de experți, pentru a asigura atât claritatea, cât și credibilitatea.

Sfaturi de la organizatori

Organizatorii *Stop Destroying Videogames* au dovedit că, **pentru a rezista în fața crizelor, este esențial ca un nucleu important de voluntari și de membri ai publicului să cunoască bine datele problemei.**

La un moment dat, un reprezentant al industriei jocurilor video a distorsionat mesajul campaniei.

Organizatorii și-au mobilizat rapid comunitatea pentru a discuta la obiect, pentru a corecta neînțelegerile și pentru a transforma situația într-o oportunitate de a câștiga și mai multă vizibilitate.

- **Împărțiți voluntarii** după competențe și disponibilitate.
 - De exemplu, atribuiți sarcini rapide de creare de conținut voluntarilor buni la design și cereți-le voluntarilor care au mai puțin timp să se limiteze la colectarea de semnături în anumite zile în care au loc acțiuni importante.

Sfaturi de la organizatori

Organizatorii inițiativei *Interzicerea practicilor de conversie* au subliniat că pentru a putea combate algoritmi potrivnici de pe platformele de comunicare socială este nevoie de eforturi de amploare și de coerență.

Vizibilitatea constantă a campaniei necesită structurarea de la bun început a unei echipe dedicate comunicării, inclusiv pe rețelele sociale. Echipa trebuie să poată posta frecvent, angajat, și să reacționeze rapid. Cum spun ei, „Ești tu împotriva algoritmului”.

Pentru a vă pregăti și mai bine echipa, ați putea include utilizarea Forumului ICE în procesul de formare și integrare a membrilor echipei. De exemplu, fiecare echipă ICE este invitată, la începutul campaniei, la o **videoconferință cu experți ai Forumului ICE**. Familiarizarea tuturor membrilor echipei cu cele mai bune practici pentru ICE, cu strategiile de campanie și cu resursele disponibile asigură

ă o înțelegere comună a cerințelor inițiativei și sporește eficacitatea generală a campaniei.

Structura susține strategia

O inițiativă cetățenească europeană nu înseamnă doar colectarea de semnături. Înseamnă organizare în mai multe țări, aliniere de eforturi, dezvoltarea unei mișcări durabile care depășește faza de colectare a semnăturilor. Indiferent dacă echipa dumneavoastră include cinci sau cincizeci de oameni, **o structură clară, rolurile bine definite, o comunicare internă intensă și capacitatea de adaptare** sunt cele mai importante atuuri pe care le-ați putea avea.

Pentru a construi o bază solidă, încurajați-vă echipa **să folosească din timp resurse** precum Forumul ICE.

- O serie de instrumente practice precum postarea de pe blog cu sfaturi despre strategia de campanie bazate pe experiența altor organizatori și înregistrarea webinarului despre structurarea campaniei oferă informații valoroase cu privire la cele mai bune practici, la provocările comune și la lecțiile învățate. Incorporarea acestor resurse în integrarea și formarea membrilor echipei dumneavoastră va garanta că aceștia sunt nu doar motivați, ci și dotați cu cunoștințele necesare pentru a face față complexității unei campanii ICE.