

**C2 GNM – TEHNICI DE COMUNICARE CU PUBLICUL, UTILE COMISARILOR
GARZII NATIONALE DE MEDIU**

ION Dan Trestieni- Asistent de Cabinet al Comisarului General al GNM

1. Acte normative care revendica necesitatea comunicarii comisarilor cu publicul interesat – HG 440 din 12/05/2005

- Garda Națională de Mediu este instituție publică de inspecție și control și funcționează ca organ de specialitate al administrației publice centrale, cu personalitate juridică, finanțată integral de la bugetul de stat, în subordinea Ministerului Mediului și Gospodăririi Apelor.
- În exercitarea atribuțiilor sale, **Garda Națională de Mediu cooperează** cu autoritățile administrației publice centrale și locale, **cu reprezentanți ai societății civile, cu persoane juridice și fizice, în limitele legii**, și își desfășoară activitatea în mod independent.
- Participă la intervențiile pentru eliminarea sau diminuarea efectelor majore ale poluărilor asupra factorilor de mediu și la stabilirea cauzelor acestora și aplică sancțiunile prevăzute de lege, **inclusiv oprirea unor instalații și/sau suspendarea unor activități pe perioade determinate de timp în cazul în care este pusă în pericol sănătatea populației sau în cazul în care se constată depășirea concentrațiilor poluanților peste limitele admise de legislația de mediu;**
- **Pune la dispoziția publicului date privind starea mediului, în conformitate cu legislația privind accesul publicului la informația de mediu;**
- **Verifică sesizările cu privire la încălcarea actelor normative din domeniu de către persoanele fizice și juridice, precum și sancționarea acestora potrivit legii;**
- **Organizează acțiuni de prevenire și combatere**, în vederea evitării distrugerii habitatelor naturale, prin arderea miriștilor, stufului sau a vegetației forestiere, desecări sau devieri ale cursurilor de apă, precum și alte acțiuni care au ca scop asigurarea liniștii și sănătății faunei sălbatice;
- **Organizează acțiuni de promovare către populație a legislației de mediu din domeniul său de activitate;**
- **Menține legătura permanent cu fundațiile care au ca obiect de activitate ocrotirea florei și faunei sălbatice.**

2 . Alte acte normative – Legea 52/2003 privind transparenta decizionala in administratia publica, HG 918/2002 privind stabilirea procedurii cadru de evaluare a impactului asupra mediului si pentru aprobarea proiectelor publice sau private supuse acestei proceduri , Ordinul MAPM 860/2002 privind aprobarea procedurii de evaluare a impactului asupra mediului si de emitere a acordului de mediu

- a. In **Legea 52** se vorbeste de urmatoarele tehnici de comunicare pe care ar trebui sa fie abordate de functionarii publici: 1) **informarea**, in prealabil si din oficiu, a publicului, asupra problemelor de interes public care vor putea face obiectul unor acte normative; 2) **consultarea** cetatenilor, la initiativa autoritatilor publice, in timpul procesului de elaborare a actelor normative; 3) **participarea** cetatenilor la luarea deciziilor administrative si in procesul de elaborare a proiectelor de acte administrative
- b. Cu 30 de zile inainte de supunerea spre analiza in sedinta publica a actului normativ se face publicarea anuntului referitor la declansarea procedurii de elaborare a proiectului de act normativ (pe site propriu, la loc vizibil, presa locala, presa centrala); se transmit proiectele de acte normative la toate persoanele care si-au manifestat interes pentru acestea; autoritatea publica decide organizarea de intrunire publica pentru dezbaterile proiectului de act normativ daca acest lucru a fost cerut in scris de catre NGO-uri sau de catre alte autoritati publice; anuntul privind sedinta publica se posteaza la loc vizibil 3 – 10 zile; anuntul trebuie sa cuprinda data, ora, locul, ordinea de zi; participarea oamenilor in sala se face in limita locurilor disponibile si in ordinea interesului manifestat de cei care au cerut participarea; se face si o minuta a sedintei publice care include votul fiecarui participant, cu exceptia cazurilor cand s-a abordat votul secret; minuta va fi afisata la sediul autoritatii administrative respective si pe site-ul propriu; atunci cand se considera necesar sedintele publice pot fi inregistrate; inregistrarile pot fi facute publice la cerere; adoptarea deciziilor administrative tine de competenta exclusiva a autoritatilor publice; punctele de vedere exprimate in cadrul sedintelor publice de catre invitati si persoane care participa din propria initiativa au valoare de recomandare.

In afara de prevederile legale care sunt situatiile in care provocarea implicarii cetatenilor este necesara pentru activitatea comisarilor GNM?:

- Studiu de caz real: la Timisoara un cartier intreg de cetateni s-a opus construirii in proximitate a unei gropi ecologice, din cauza unor temeri nejustificate si a unor prejudecati rezultate din lipsa de comunicare, preferand sa lase hazardului gestionarea ecologica a deseurilor menajere. Ei sunt creatori de “clienti” pentru GNM, in loc sa fie un aliat al institutiei.
- Studiu de caz ipotetic: O comunitate/grup care reprezinta o subcultura in comunitatea locala si care are norme de viata ce pot conduce la acte de delincventa. Aceasta atitudine a membrilor subculturii s-ar putea datora faptului

ca nu sunt integrati in comunitatea locala si sunt integrati numai in grupul lor subcultural..

3. Teorii ale comunicarii publice

- Modelul cel mai folosit in Europa este cel al lui S. Arnstein – “Ladder of participation”. Conform acestui model exista mai multe grade de implicare a populatiei in actul de comunicare:
 1. **manipularea**: informatia furnizata comunitatii este numai partiala sau nu are acuratete;
 2. **educatia**: comunitatea este tratata ca pasiva si este informata asupra motivului pentru care va avea loc o actiune.
 3. **informarea**: comunitatea este anuntata asupra unui eveniment viitor si i se cere parerea asupra unei singure optiuni de derulare a evenimentului;
 4. **consultarea**: populatia isi exprima opiniile asupra mai multor optiuni dar nu are garantia ca vocea sa va avea vreo influenta;
 5. **implicarea**: viziunile comunitatii au o oarecare influenta dar deciziile sunt luate de cei care detin puterea data prin functie;
 6. **partenariatul**: comunitatea poate negocia si se poate angaja in tratative cu detinatorii puterii formale;
 7. **delegarea puterii**: detinatorii puterii formale deleaga o parte din puterea lor comunitatii;
 8. **controlul comunitar**: comunitatea gestioneaza toate afacerile comunitare.

- **In Statele Unite ale Americii se foloseste frecvent modelul IAP2**, dezvoltat de “ International Association for Public Participation”. In acest model se vorbeste despre INFORMARE, CONSULTARE, IMPLICARE, COLABORARE si EMPOWERMENT.

- **INFORMARE**:

Scopul participarii publice: a furniza publicului o informatie echilibrata si obiectiva si a-l asista in intelegerea problemei, a alternativelor, a oportunitatilor si/sau a solutiilor;

Promisiune facuta publicului: va vom tine informati;

Tehnici de comunicare abordabile: fact sheets, Web sites, Casa deschisa;

- **CONSULTARE**:

Scopul participarii publice: sa obtii feedback de la populatie asupra analizei, alternativelor si/sau deciziilor;

Promisiune facuta publicului: va vom tine informati, vom tine cont de framantarile si aspiratiile dumneavoastra, va vom transmite un feedback asupra manierei in care input-ul publicului a influentat decizia

Tehnici de comunicare abordabile; comentariul public, focus groups, surveys, intrunirea publica.

- **IMPLICARE:**

Scopul participării publice: a lucra direct cu publicul dealungul întregului proces pentru a ne asigura ca frământările și aspirațiile sale sunt înțelese în mod consistent și sunt luate în calcul la luarea deciziilor;

Promisiune făcută publicului: vom lucra cu voi pentru a ne asigura ca frământările și aspirațiile dvs. Sunt reflectate direct în alternativele dezvoltate și va vom furniza un feedback asupra manierei în care input-ul publicului a influențat decizia

Tehnici de comunicare abordabile: workshops

- **COLABORARE:**

Scopul participării publice: a fi partener cu publicul în fiecare fază a luării deciziei inclusiv dezvoltarea alternativelor și identificare soluției preferate.

Promisiune făcută publicului: va vom cere tot timpul sfatul și inovația când vom formula soluții și vom include în cea mai mare măsură cu putința sfaturile și recomandările voastre în decizii.

Tehnici de comunicare abordabile: Comitete cetățenești, construirea consensului, Participatory decision-making.

- **EMPOWERMENT (SPORIREA PUTERII):**

Scopul participării publice: a plasa luarea deciziei finale în mâinile publicului;

Promisiune făcută publicului: vom implementa ceea ce ați decis;

Tehnici de comunicare abordabile; Jurii cetățenești, Balotări, Decizii delegate.

VALORILE PROMOVATE DE IAP2:

1. publicul trebuie să aibă un cuvânt de spus în luarea deciziilor referitoare la acțiunile care le afectează vietele;
2. participarea publică include promisiunea că contribuția publicului va influența decizia;
3. procesul de participare comunică interesele și se confruntă cu nevoile tuturor participanților;
4. procesul de participare caută și facilitează implicarea persoanelor direct afectate de luarea unei decizii;
5. procesul de participare publică implică participanții prin definirea modului în care vor participa;
6. procesul de participare furnizează participanților informația cu sens de care au nevoie pentru a participa eficient;
7. procesul de participare publică le comunică participanților în ce mod input-ul lor va afecta deciziile luate.
4. Tehnici de comunicare utile comisarilor Garzii de Mediu

- Ne vom referi la tehnici de comunicare care se aplica pe urmatoarele niveluri de implicare a populatiei: INFORMARE CONSULTARE, SA DECIDEM IMPREUNA, SA ACTIONAM IMPREUNA, SPRIJINIREA INITIATIVELOR LOCALE.

4.1 Tehnici de informare

- campanii de informare
- seminarii si conferinte
- networking

4.2 Tehnici de consultare

- survey
- comunicarea publica
- intrunirea publica
- panee cetatenesti
- opinionmeter
- priority search

4.3 Tehnici pentru “ Sa decidem impreuna”

- analiza stakeholderilor
- analiza SWOT
- tehnica grupului nominal
- brainstorming
- analiza cost beneficiu
- planificarea pentru real
- focus groups
- future search
- workshop tematic

4.4 Tehnici pentru “ Sa actionam impreuna”

- team building;
- jirii cetatenesti
- modelarea durabilitatii
- forumuri de masa rotunda

4.5 Tehnici de sprijinire a initiativelor locale

- oferta de granturi, sfaturi si sprijin
- commitment planing
- business planing
- workshopuri pentru proiectare, strangere de fonduri si publicitate;
- vizite la proiecte similare

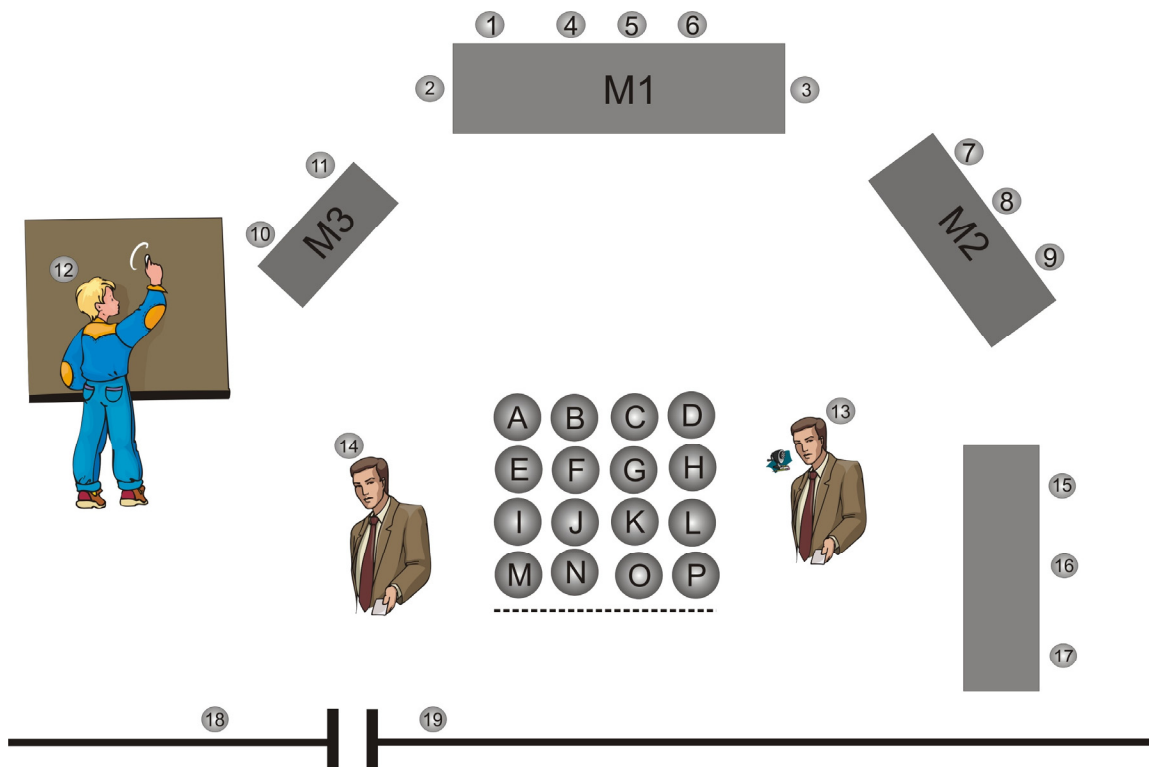
5. Tehnici de comunicare utile pentru comisarii GNM

5.1 Tehnica Grupului Nominal

- Este o procedura structurata pentru colectarea de informatii asupra parerilor unei populatii vizand o chestiune de interes;
- Poate fi folosita cand ai grupuri mari de oameni: peste 40 de persoane;
- Este foarte utila in cazurile in care persoanele a caror opinie ne intereseaza au dificultati in a se exprima in public.
- **Metoda:** conducatorul reuniunii pune maximum doua intrebari la care trebuie sa raspunda participantii. Urmeaza apoi 7 etape: 1) fiecare participant are la dispozitie 15 minute de analiza personala a celor doua probleme; 2) dispunerea participantilor la mese in grupuri mici de 6-8 persoane. Ei discuta timp de 30 de minute cele doua probleme; 3) se voteaza in fiecare subgrup pentru selectarea solutiilor viabile (20 minute); 4) se ierarhizeaza in ordinea descrescatoare a importantei 5 solutii votate de grup (15 minute); 5) cate un reprezentant din fiecare grup sustine intr-o sedinta in plen solutiile propuse de grupul sau: ele sunt scrise pe flipchart si se dau si explicatii (30 minute); 6) se discuta si se voteaza in plen pentru alegerea solutiilor celor mai convenabile, care sunt trecute pe flipchart (45 minute); 7) se redacteaza de catre conducatorul sedintei o minuta cu solutiile acceptabile, se citeste minuta in plen si se adopta prin vot majoritar.

5.2 Intrunirea publica

- Este o tehnica de consultare publica
- Iata schema de aranjare a “actorilor” intr-o astfel de reuniune:



Iata rolurile jucate de principalii “actori” intr-o astfel de reuniune

- **M1 - masa publicului**
- **M2 - masa UIP (unitatii industriale poluatoare)**
- **M3 - masa autoritatilor locale si a expertului (obligatoriu un reprezentant al GNM)**
- **1 - reprezentantul publicului**
- **2 - responsabilul cu procesul verbal**
- **3 - responsabilul cu acordarea cuvintului**
- **4, 5, 6 - consultantii reprezentantului publicului**
- **7, 8, 9 - reprezentantii UIP**
- **10, 11 - reprezentantul autoritatii locale, expertul independent**
- **12 - notatorul**

- **13 - responsabilul cu predarea microfonului**
- **14 - omul de ordine si de contact intre public si cei de la mese**
- **15, 16, 17 - reprezentantii mass media**
- **18, 19 – responsabilii cu intimpinarea invitatilor la discutii**

ROLURILE JUCATE IN COMUNICAREA PUBLICA

- **Reprezentantul publicului [1] :**
 - Deschide sedinta;
 - Anunta scopul si obiectivele intrunirii;
 - Acorda cuvintul reprezentantilor Unitatii Industriale Poluante (UIP), ai autoritatii locale, expertului si publicului
 - Se consulta cu consultantii sai
 - Face sinteze si il invita pe notator sa le treaca pe flip chart;
 - Trage concluzii si il invita pe notator sa le consemneze pe flip chart;
 - Anunta cum se va derula in continuare procesul (follow up);
 - Incheie sedinta;
- **Responsabilul cu procesul verbal [2]**
 - Consemneaza in scris discutiile;
 - Face un proces verbal al discutiilor si il da la semnat reprezentantului publicului, reprezentantului UIP si reprezentantului administratiei locale;
- **Responsabilul cu acordarea cuvintului [3]**
 - Ii indica purtatorului de microfon (13) la cine sa duca microfonul, dupa ce, in prealabil, s-a sfatuit cu reprezentantul publicului.
- **Consultantii reprezentantului publicului [4, 5, 6]**
 - Analizeaza biletelele aduse de omul de ordine din sala ;
 - Formuleaza intrebari pentru reprezentantul publicului;
 - Formuleaza concluzii pentru reprezentantul publicului;
 - Acorda consultanta reprezentantului publicului cind acesta o cere.

- **Reprezentantii UIP [7, 8, 9]**
 - Un Director al UIP (cel implicat in problema discutata) – el va raspunde official din partea UIP la intrebarile puse de public, de autoritatea locala si de expertul independent
 - Un expert al UIP care enunta problema supusa discutiei, la solicitarea reprezentantului publicului;
 - Responsabilul din UIP cu Relatiile Publice

- **Reprezentantul autoritatii locale (GNM) si expertul independent [10, 11]**
 - Intervin in discutii, cu acceptul reprezentantului publicului, ori de cite ori sunt solicitati;
 - Intervin in discutii, cu acceptul reprezentantului publicului, ori de cite ori considera ca este cazul.

- **Notatorul [12]**
 - Noteaza intrebarile publicului;
 - Noteaza raspunsurile UIP, autoritatii locale si ale expertului;
 - Noteaza concluziile trase de reprezentantul publicului;
 - Noteaza termenele de rezolvare a problemelor ridicate de public, de catre UIP si dupa caz, de autoritatea publica.

- **Responsabilul cu predarea microfonului [13]**
 - Duce microfonul la locurile indicate de responsabilul cu acordarea cuvintului

- **Omul de ordine [14]**
 - Pastreaza linistea in sala;
 - Transport a biletelele scrise de publicul din sala la consultantii reprezentantului publicului [4, 5, 6];

- **Reprezentantii mass media [15, 16, 17]**
 - Atunci cind este cazul, pun intrebari reprezentantului publicului, reprezentantilor UIP, reprezentantului autoritatii locale, expertului independent sau unor personae din public;
 - Se angajeaza public sa scrie sau sa evoce obiectiv evenimentul derulat

- **Responsabilii cu intimpinarea invitatilor la discutii [18, 19]**
 - Un reprezentant este din partea publicului;
 - Un reprezentant este din partea UIP;

- Inregistreaza numele persoanelor invitate, localitatea de unde vin, calitatea lor de invitati (public, expert, persoana interesata de problema (in calitate de persoana privata, de membru ONG, etc))
- Le furnizeaza invitatilor documentatia necesara in vederea urmaririi discutiilor;
- Le furnizeaza invitatilor informatii utile: localizarea bufetului, localizarea toaletelor, locul unde-si pot lasa copiii sub supraveghere, localizarea punctului de urgenta sanitara, localizarea posturilor telefonice disponibile, informatii despre orarul mijloacelor de transport, etc.

CONTINUTUL FISEI NOTATORULUI

INTREBARE	RASPUNS UIP	RASPUNS AUTORITATE LOCALA	TERMEN DE REZOLVARE
CONCLUZII			
<p>1. ... 2. ... 3. ... 4. ... 5. ... 6. ... 7. ... 8. ... 9. ... 10. ...</p> <p>ALTE OBSERVATII</p> <p>1. ... 2. ... 3. ... 4. ... 5. ... 6. ... 7. ... 8. ... 9. ... 10. ...</p>			

5.3 Workshop-ul

- Este o tehnica de implicare a publicului in luarea deciziilor
- Este o tehnica foarte buna pentru a studia procese;
- Este o tehnica foarte buna pentru a studia un document
- **Metoda:** 1) participantii se aseaza aleator in jurul unor mese, in grupuri de 4-8 persoane; 2) liderul (W) face o introducere de 5 minute aratand care este scopul (W). Spune care sunt temele de care este interesat si, cel mai important, in ce mod organizatorii vor tine cont de opiniile lor in luarea deciziilor; 3) grupurile discuta 45 minute un material facut special pentru (W). Materialul trebuie sa fie realizat atragator: desene, grafice, fotografii, harti, schite, culori vii etc; 4) urmeaza 15 minute de pauza; 5) Speakerul ales din fiecare grup prezinta in plen concluziile grupului sau (30 minute). Aceste concluzii sunt scrise de un notator pe flipchart; 6) grupurile reunite discuta itemii de pe flipchart si cauta sa ajunga la un consens (45 minute); 7) liderul (W) prezinta concluziile, precizeaza ce va face cu ele si precizeaza daca se organizeaza si un “ feedback workshop”; 8) se face o evaluare a lucrarilor prin completarea unui chestionar; 9) dupa terminarea (W) se analizeaza toate concluziile stabilite in subgrupuri si in plen si se face un material care se trimite la toti participantii care sunt rugati sa aduca corecturi.
- **Atentie!:** 1) liderul (W) trebuie sa fie un specialist in relatii umane; 2) materialele informative utilizate in (W) trebuie sa fie de mare calitate; 3) de multe ori trebuie folositi facilitatori pentru munca in grup: distribuie materialele si are grija sa fie accesibile tuturor; stabileste cu membrii grupului un orar de lucru; pune la dispozitie accesorii pentru comunicare in scris; atrage atentia asupra abaterilor de la orarul de lucru; scrie clar pe flipchart-ul grupului elementele discutate; cere sa se treaca la concluzii; are grija ca anumiti participanti sa nu acapareze discutia; daca este cazul subdivide grupul in grupuri si mai mici de pana la 3 persoane; are grija ca cei care vorbesc sa nu fie intrerupti si sa fie intelesi de toata lumea; daca ceilalti nu trec la concluzii, propune el concluzii dupa ce a cerut suficiente clarificari de puncte de vedere; are grija ca cineva care a spus eronat un lucru sa nu fie ridiculizat de ceilalti.
- Tipuri de Workshopuri:
 - **Workshop pentru schimb de informatii:** este proiectat pentru grupuri relativ mici unde participa reprezentanti ai unor organizatii interesate intr-o anumita chestiune; la sfarsitul lui se poate proiecta un program de lucru pentru viitor
 - **Workshop SWOT:** S=Strength; W=Weakness; O=Opportunity; T=Threaten; La sfarsitul (W) se poate face o analiza sintetica a problemei propuse;
 - **Workshop de initiative:** este bine sa fie precedat de un Workshop SWOT; ideile din Workshop SWOT pot fi puse pe cartonase si li se poate cere participantilor sa sorteze cartonasele in ordinea importantei; la sfarsit se poate face un program de lucru pentru o tema particulara care sa fie sprijinit de participantii la (W)
 - **Workshop pentru planificarea actiunii:** se poate face dupa ce s-a realizat un Workshop de initiative si am deja un plan de lucru; se stabileste cine sa aiba rolul de lider, ce alte roluri trebuiesc jucate, termene, surse de finantare