

Povestea devine realitate

Prin campanii de advocacy pentru servicii sociale

Povestea devine realitate

prin campanii de advocacy
pentru servicii sociale

© Toate drepturile de autor sunt rezervate Centrului de Resurse pentru participare publică - CeRe. Această publicație nu poate fi reprodusă integral sau parțial decât cu permisiunea scrisă prealabilă a CeRe.

București, 2010

Cuvântul povestitorului.....	3
Despre advocacy pe scurt.....	5
Sprîjin în singurătate - poveste adaptată de Asociația Antiparkinson.....	11
O viață normală pentru fiecare copil și tânăr cu nevoi speciale - poveste adaptată de Asociația Rază de Soare.....	17
Împreună pentru un viitor mai bun - poveste adaptată de Asociația Persoanelor cu Handicap - APH Sporting Club Galați.....	23
Coaliția ONG-uri pentru Servicii Sociale - poveste adaptată de Asociația de Consultanță și Consiliere Economico-Socială Oltenia - A.C.C.E.S. OLTENIA.....	29
Povestea proiectului "Parteneriat pentru Comunitate".....	34

Cuvântul povestitorului

A fost odată ca niciodată o țară în care oamenii ajungeau foarte rar să vadă persoanele cu dizabilități fizice, tineri cu dizabilități psiho-motorii, bătrâni aflați în dificultate, copii ai străzii, tineri și copii proveniți din centrele de plasament, persoane cu tulburări comportamentale, copii care provin din medii sociale defavorizate. Și mai rar locuitorii acestei țări reușeau să cunoască nevoile și dificultățile pe care aceștia le întâmpinau.

Datoria instituțiilor statului era să răspundă acestor nevoi. Pe lângă serviciile oferite de instituții, multe organizații neguvernamentale făceau și ele eforturi de a oferi servicii acestor grupuri. Fiind foarte aproape de beneficiarii lor, organizațiile neguvernamentale reușeau să ofere servicii de calitate, bine adaptate, apreciate de beneficiari. Nu întotdeauna însă organizațiile aveau fondurile necesare pentru funcționarea optimă a acestor servicii. În poveste, administrația intervine cu fonduri publice și astfel, cele două părți își pun resursele în comun în beneficiul persoanelor cu nevoi speciale.

În cele ce urmează, veți citi despre patru campanii locale de advocacy de succes din proiectul „Parteneriat pentru Comunitate”, campanii desfășurate de organizații neguvernamentale ce furnizează servicii sociale. Dorind să obțină sprijinul public, atât din partea autorităților publice locale, cât și din partea comunității în care își desfășoară activitatea, organizațiile au desfășurat campanii de advocacy în sprijinul persoanelor cu nevoi speciale.

Povestea a devenit realitate prin aceste campanii și prin îndârjirea personajelor noastre de a depăși lipsa fondurilor care să permită continuarea și susținerea serviciilor oferite, dar și lipsa cunoștințelor în a determina autoritățile publice să aloce mai multe resurse organizațiilor furnizoare de servicii sociale.

Veți putea citi despre etapele campaniilor desfășurate de 4 din cele 8 organizații cu care Centrul de Resurse pentru participare publică - CeRe - a lucrat, contextul în care acestea s-au desfășurat, metodele utilizate de organizații și obstacolele întâlnite pe drum, precum și reușitele dobândite.

Poveștile din această carte vorbesc despre cum au reușit 4 organizații neguvernamentale fără experiență în advocacy, dar cu voință și sprijin din partea beneficiarilor și a familiilor acestora, să încheie parteneriate de tip public – privat cu autoritățile locale. Veți mai citi despre cum au reușit, împreună cu beneficiarii, să se facă văzute și auzite de autoritățile publice și de alți actori importanți din comunitate.

Cele patru campanii cu deznodământ de poveste sunt:

1 Sprijin în singurătate - poveste adaptată de Asociația Antiparkinson

2 O viață normală pentru fiecare copil și tânăr cu nevoi speciale - poveste adaptată de Asociația Rază de Soare

3 Împreună pentru un viitor mai bun - poveste adaptată de Asociația Persoanelor cu Handicap - APH Sporting Club Galați

4 Coaliția ONG-uri pentru Servicii Sociale - poveste adaptată de Asociația de Consultanță și Consiliere Economico-Socială Oltenia - A.C.C.E.S. OLTENIA

Despre advocacy pe scurt

Fără a avea pretenția de a da definiția exactă a termenului, am putea spune că advocacy este un proces de durată variabilă care implică o serie de activități publice care au ca scop influențarea unor politici, decizii sau acțiuni guvernamentale. Dezvoltarea unei campanii de advocacy este una dintre expresiile cele mai vizibile ale participării publice, unde membrii societății civile preiau inițiativa de a interveni în decizia publică.

Procesul de advocacy se leagă de activitatea de influențare directă a factorilor de decizie. Influențare nu înseamnă însă numai presiunea asupra factorilor de decizie, astfel încât ei să adopte o decizie dorită de un grup anume. În procesul de advocacy factorii de decizie primesc și informații utile și profesionist organizate. În acest fel, grupurile implicate în advocacy devin resurse importante pentru cei care iau decizii, chiar dacă aceștia din urmă nu recunosc întotdeauna acest fapt. Trebuie, de asemenea, menționat că, pe lângă influențarea factorilor decizionali, campaniile de advocacy au și o componentă semnificativă de sensibilizare a comunităților cu privire la tema campaniei. De altfel, unele campanii aduc în atenția factorilor decizionali subiecte “invizibile”, teme care încă nu au ajuns pe agenda comunității. În astfel de cazuri este evidentă nevoia de promovare a temei, dincolo de adresarea directă către factorii interesați.

Câteva definiții consacrate

„Advocacy constă în eforturile și acțiunile organizate care preiau probleme “invizibile”, neglijate, încercând să influențeze atitudinea publică și pe cea politică. Aceste eforturi pornesc de la realitatea lui “ceea ce este” încercând să construiască

realitatea lui “ceea ce ar trebui să fie”. Advocacy are ca rezultat creșterea accesului oamenilor la luarea deciziilor care le influențează existența. Advocacy înseamnă ca oamenii să preia din puterea instituțiilor care le afectează viețile.”

Advocacy for Social Justice, David Cohen / Rosa de la Vega /
Gabrielle Watson, 2001

„Advocacy este efortul organizat de a schimba legi, politici sau programe guvernamentale și/sau credințe, atitudini sau comportamente ale cetățenilor în efortul de a stabili justiția socială.”

Advocacy and Networking Manual, St. Francis Xavier
Univeristy

„Advocacy este un proces politic, organizat, care implică eforturile coordonate ale oamenilor de a schimba politici, practici, idei sau valori care perpetuează inechitatea, intoleranța și excluziunea. Advocacy crește capacitatea oamenilor de a participa la luarea deciziilor și responsabilitatea instituțiilor.”

A New Weave of Power, People and Politics, Vene, Klasen and
Miller

De ce advocacy?

a. Obține ameliorări reale, imediate și concrete

Printr-o astfel de abordare, organizația încearcă să obțină îmbunătățirea calității vieții pentru un număr mare de oameni, fie că acest lucru se referă la o mai bună îngrijire medicală, rate mai mici pentru asigurări auto, iluminat stradal sau protecția poliției.

b. Dă oamenilor sentimentul propriei puteri

Organizațiile mobilizează puterea pe care o au oamenii. Realizând acest lucru, ele îi învață valoarea acțiunii comune și dezvoltă încrederea în sine atât a organizației, cât și a indivizilor ce o constituie.

c. Transformă relațiile de putere

Campaniile de advocacy trebuie să aibă ca rezultat colateral, pe termen mai lung, schimbarea relațiilor de putere. Din fiecare campanie, organizația trebuie să iasă mai puternică. Ca urmare a unei campanii de advocacy, instituția țintă devine de multe ori mai sensibilă la opțiunile cetățenilor, procesul decizional devine mai deschis pentru cetățeni, mai transparent, mai responsabil.

Pașii campaniei

1. Definirea cauzei și a scopului campaniei

Totul începe prin constatarea unei situații problematice rezolvabile printr-o decizie sau acțiune a unei autorități/instituții publice. De exemplu: lipsa unui serviciu de recuperare medicală pentru copii cu dizabilități motorii.

Odată definită problema, urmează identificarea soluției și stabilirea scopului campaniei. Într-o campanie de advocacy soluția este recomandarea sau solicitarea pe care organizația o face instituției publice responsabile de rezolvarea problemei. Trebuie reținut că o campanie nu militează pentru „rezolvarea unei probleme” pur și simplu, ci propune o soluție clară și concretă, care devine cauza pentru care luptă organizația prin respectiva campanie. Întorcându-ne la exemplul de mai sus: finanțarea costurilor pentru plata unui kinetoterapeut în cadrul centrului de zi pentru copii cu dizabilități.

2. Analiza

Planul campaniei trebuie să țină cont de mediul exterior, de evoluția problemei pe care o abordează sau a mediului, precum și de capacitatea organizației care inițiază campania.

Odată ce organizația a clarificat ce vrea să obțină prin intermediul campaniei pe care o desfășoară, trebuie să evalueze corect situația în care se găsește.

Acest pas presupune colectarea de informații despre punctele tari și punctele slabe ale organizației, despre oportunitățile și amenințările de care va trebui să țină cont, despre mediul legislativ/decizional, despre parteneri, despre nevoile beneficiarilor etc. Exemplu: poate centrul de zi să găzduiască un kinetoterapeut, câți beneficiari se vor bucura de serviciile acestuia, cine urmează a lua decizia de a aloca fondurile necesare pentru plata unui kinetoterapeut, cine este președintele comisiei buget-finanțe din cadrul consiliului local, care este legislația care permite administrației să finanțeze un serviciu social furnizat de o organizație neguvernamentală etc.?

3. Identificarea țintelor, aliaților și oponentilor

Persoana care are puterea de a vă da ceea ce vă doriți este „ținta” campaniei. Această persoană este punctul central al campaniei. Factorul de decizie este întotdeauna o persoană. Chiar dacă puterea de a vă da ceea ce vă doriți este deținută, de fapt, de o instituție cum ar fi un consiliu local, poliția sau agenția de protecție a mediului, ținta trebuie întotdeauna personalizată. De regulă, o campanie are mai multe ținte pentru că în luarea deciziei pe care doriți să o influențați sunt implicate mai multe persoane: primarul, consilierii locali membri ai comisiei de protecție socială etc.

Una dintre etapele importante ale procesului de planificare a unei campanii constă în identificarea și mobilizarea celor care pot să sprijine organizația în eforturile sale. Pentru succesul campaniei trebuie să identificați și să recrutați oameni care:

- ❖ Sunt afectați de problema identificată;
- ❖ Doresc rezolvarea ei;
- ❖ Gândesc ca voi;
- ❖ Pot/ vor să susțină și acționeze pentru cauza voastră;
- ❖ În aceeași măsură însă, trebuie să vă identificați și opoziția.

4. Definirea mesajului

Un mesaj bine construit poate asigura identitatea, unitatea și omogenitatea campaniei. Pentru asta, mesajul trebuie să apară pe toate elementele de identitate ale campaniei și să fie menționat în toate aparițiile publice sau mai puțin publice ale reprezentanților organizației. Mesajul trebuie să transmită, pe scurt, ce dorește organizația să obțină de pe urma campaniei și de ce. Un mesaj bun este: clar, persuasiv, unic.

5. Acțiunea: stabilirea și aplicarea tacticilor

Tacticile sunt acțiunile concrete pe care le întreprinde organizația pentru a-și atinge obiectivele. În logica unei campanii de advocacy, tacticile sunt ceea ce întreprind aliații pentru a le determina pe ținte să preia soluția propusă de organizație prin campania sa.

Tactici adesea folosite în campanii sunt: conferințe de presă, dezbateri publice, marșuri, expoziții, diverse evenimente publice, petiții, campanii de scrisori, campanii de telefoane etc. Important este ca fiecare tactică folosită să transmită mesajul campaniei către țintă, folosindu-i pe aliați.

Cele de mai sus nu reprezintă o rețetă universal valabilă, ci un model de gândire în planificarea unei campanii de advocacy. Mai mult decât în cazul oricărui alt tip de proiect, planul unei campanii de advocacy trebuie să fie cât se poate de flexibil. Acesta trebuie să răspundă permanent la întrebarea: „Și dacă nu, atunci ce facem?” și să dea voie organizației să se adapteze continuu în funcție de reacția țintelor, aliaților și oponentilor.



Cum a devenit povestea realitate

“ Campania “Sprijin în singurătate” este o campanie care le-a avut pe toate: confruntare, colaborare, informare, evenimente publice, presă, petiționare, lobby, semnături, specialiști, a avut strategie. Dincolo de tehnicalitățile unei campanii de advocacy, cele mai importante ingrediente pe care le-a avut campania din această poveste au fost străduința și dedicația. Ce se vede cel mai bine din această poveste sunt credința și încrederea în cauza campaniei. Cu atât mai admirabile sunt eforturile făcute, cu cât vorbim despre o organizație de pacienți, cu puțini bani, cu resurse umane inimoase, dar care au propriile greutăți. ”



Sprijin în singurătate

poveste adaptată de Asociația Antiparkinson

Personajul acestei povești este singura organizație de profil din România, formată și condusă de persoane suferind de Parkinson. Organizația funcționează din anul 2006, iar acum numără 550 de membri. Cei care au înființat-o și care își pun timpul și priceperea în slujba cauzei lor și-au depășit propriile greutăți din credința că miile de suferinzi de Parkinson din România au nevoie de reprezentare, de reprezentarea celor ce știu ce înseamnă Parkinson.

Cunoscând în mod direct ce înseamnă să fii afectat de Parkinson, membrii Asociației au hotărât ca în cadrul proiectului Parteneriat pentru Comunitate să dezvolte o campanie care să se adreseze nevoii de asistență psihologică pe care o au cei afectați de Parkinson, nevoie susținută și de European Parkinson's Disease Association. Soluția pe care o propune Asociația Antiparkinson este Psihologul Public – un serviciu care să ofere terapie psihologică celor suferinzi de boli incurabile, finanțat din bugetul județului și administrat în cadrul unui parteneriat public privat. Așa s-a născut campania „Sprijin în singurătate”.

Capitolul 1 **Sensibilizarea comunității locale**

Organizația a considerat că nu poate aborda Consiliul Județean înainte de a obține simpatia și susținerea comunității locale. Astfel, campania a demarat prin evenimente care să informeze și să sensibilizeze comunitatea locală cu privire la maladia Parkinson și la nevoile celor afectați. Prima serie de evenimente a fost organizată cu ocazia Zilei Internaționale Antiparkinson.

În centrul orașului a fost aprins un rug de lumânări în memoria persoanelor care au murit afectate de Parkinson. Trecătorii au primit materiale informative despre Parkinson și despre efectele pe care această maladie le are asupra celor afectați – bolnavi și familii ale acestora. În cadrul evenimentului, Asociația Antiparkinson a vorbit cetățenilor despre efectele non-motorii ale bolii și a vorbit despre necesitatea Psihologului Public.

În aceeași zi, a fost organizat un concurs de desene pe asfalt, cu tema “Ajută-ți seamănul”. Aici, 40 copii de la Școala Samuel și de la centrul de zi au colorat asfaltul arătând cum percep ei dizabilitatea, desenând copii în cărucioare, spitale. Pe lângă copii, au participat la eveniment și membrii Clubului Pensionarilor din oraș, precum și o cunoscută cântăreață de muzică populară.

La cele două evenimente au participat 150 cetățeni și reprezentanți ai presei locale. Autoritățile locale și județene au lipsit.

Capitolul 2 **Abordarea autorităților județene**

Despre cerința Asociației Antiparkinson – aceea de a înființa și finanța serviciul Psihologul Public – autoritățile județene au aflat oficial prin intermediul unei scrisori deschise. Prin această scrisoare, membrii Asociației Antiparkinson și-au expus pledoaria și au explicat oficialităților județene ce înseamnă să fii afectat de Parkinson și câtă nevoie este de un „Sprijin în singurătate” oferit de Psihologul Public. Pentru a crea un plus de responsabilizare, scrisoarea deschisă a fost transmisă și presei locale.

Capitolul 3 **Relația cu presa**

Ca urmare a celor două evenimente și a scrisorii deschise, Asociația Antiparkinson a reușit să atragă sprijinul presei locale. Pe lângă diferite articole, președintele Asociației a fost invitat la mai multe emisiuni de

televiziune unde a vorbit hunedorenilor (cetățeni, dar și aleși locali) despre suferințele prin care trec cele câteva zeci de mii de persoane bolnave de Parkinson și familiile acestora. Presa a fost, pe tot parcursul campaniei, un aliat important al Asociației Antiparkinson.

Capitolul 4 **În căutare de aliați**

Pentru că răspunsul la scrisoarea deschisă transmisă a fost unul negativ – din lipsă de fonduri, criză financiară – Asociația Antiparkinson a început să caute noi aliați: SMURD, Colegiul Medicilor psihologi din Hunedoara și Direcția Generală de Protecție a Copilului și Persoanelor cu Dizabilități din Hunedoara. Cu aceștia au avut loc discuții tehnice despre rolul Psihologului Public. Ca urmare a acestor discuții, SMURD a oferit sediul organizației pentru desfășurarea activității Psihologului Public, iar Consiliul Medicilor Psihologi a oferit să completeze voluntar serviciile viitorului psiholog public.

Capitolul 5 **Abordarea autorităților – reluare**

Urmare a consultărilor organizate cu aliații de mai sus, Asociația Antiparkinson transmite o nouă scrisoare consilierilor județeni – de această dată anunțând și disponibilitatea SMURD și a Consiliului Medicilor Psihologi de a susține serviciul Psihologul Public.

La scurt timp după transmiterea acestei scrisori, președintele Asociației Antiparkinson a abordat și direct Consiliul Județean, participând la ședința publică. Acesta a explicat încă o dată consilierilor județeni ce înseamnă Parkinson și de ce este nevoie de Psihologul Public. Consilierii județeni au primit și materiale informative despre Parkinson și activitatea Asociației Antiparkinson. În cadrul ședinței, președintele organizației a fost asigurat că până la următoarea ședință consilierii județeni vor studia oferta de parteneriat și solicitarea organizației.

Capitolul 6 **Noi aliați și susținători**

Pentru a fi și mai pregătiți în abordarea viitoare a autorităților, membrii Asociației au hotărât să arate susținerea pe care o au strângând semnături în favoarea Psihologului Public. Organizând și participând la noi evenimente (București, Deva, Vatra Dornei), membrii Asociației Antiparkinson au strâns 127 de semnături de susținere a Psihologului Public de la specialiști și persoane interesate. Pe lângă semnatarii petiției, Asociația Antiparkinson a mai atras și susținerea mai multor membri ai Consiliului Județean și a unora dintre angajații acestei instituții.

Capitolul 7 **Abordarea autorităților - reluare**

Având deja un număr semnificativ de susținători, președintele Asociației nu a mai așteptat o nouă ședință a Consiliului Județean, ci s-a înscris în audiență la președintele instituției. Pregătit pentru un refuz, președintele Asociației a mers la întâlnire pregătit cu contra-argumente: ce cheltuieli a făcut Consiliul Județean fără să țină cont de criză sau de prioritățile comunității. Astfel, când președintele Consiliului Județean a vorbit despre greutățile financiare care apasă bugetul județului, președintele Asociației a putut să arate că Psihologul Public este mai util decât deplasarea în China a președintelui Consiliului Județean sau instalarea unei fântâni arteziene. Discuția s-a încheiat cu o nouă promisiune: se va încheia un parteneriat între Consiliul Județean și Asociația Antiparkinson, iar în anul 2011 va începe finanțarea Psihologului Public.

Pentru a nu lăsa promisiunea să se dilueze foarte repede după audiență, Asociația Antiparkinson a transmis Consiliului Județean o propunere de Notă de Fundamentare pentru inițierea unei Hotărâri de Consiliu Județean. Nota de Fundamentare a fost întocmită respectând toate rigorile de tehnică legislativă, a vorbit despre numărul de persoane afectate, despre importanța psihologului public, despre modul de funcționare a serviciului, despre

contribuția partenerilor, despre costuri și a fost însoțită de semnăturile care arată susținerea publică, dar și pe cea a specialiștilor.

Pregătindu-se pentru următoarea ședință a Consiliului Județean, președintele organizației a aflat că, de fapt, propunerea de parteneriat nu se afla pe ordinea de zi. Acesta a participat la ședință și a avut o intervenție în plen. Ca urmare a intervenției, președintele Consiliului a dispus transmiterea propunerii de parteneriat spre analiza Direcției Generale de Asistență Socială și Protecția Copilului, în vederea „soluționării”. De asemenea, a decis finanțarea unor activități, de sărbători, destinate bolnavilor de Parkinson și altor persoane cu dizabilități.

Capitolul 8 **Deznodământul**

Asociația Antiparkinson a primit 10.000 de RON pentru evenimentele din preajma sărbătorilor de iarnă. Chiar dacă nu la fel de mult ca Psihologul Public, și acestea au fost un „Sprijin în Singurătate” pentru bolnavii de Parkinson.

În plus, membrii Asociației au discutat cu reprezentanții Direcției de Asistență Socială termenii contractului cadru de parteneriat public privat în vederea înființării Serviciului Psiholog Public, acesta fiind semnat. Conform acestui contract, cei doi parteneri vor găsi căi comune de sprijin a persoanelor cu dizabilități, inclusiv de creare a unui Psiholog Public. Totodată, Asociația Antiparkinson a primit sprijin financiar din partea unor firme private și din partea unui psiholog voluntar.

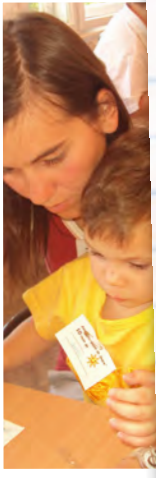
Despre Parkinson:

În România există 72000 de bolnavi de Parkinson. Această afecțiune este cauzată de distrugerea neuronilor care produc dopamină, substanță absolut necesară organismului în controlul mișcărilor și al echilibrului. Boala afectează mersul, scrisul, vorbitul, hrănitul, de fapt, toate funcțiile care presupun mișcare și echilibru. Parkinson este o maladie incurabilă.



Cum a devenit povestea realitate

“ Campania Razei de Soare a dovedit încă o dată comunității din care face parte că ceea ce pare imposibil, se poate realiza. În anul 2000, când președintele Razei a pornit la drum cu gândul de a aduce în Iernut serviciile sociale pentru copiii și tinerii cu nevoi speciale dorința părea de neîndeplinit. Dar, deși fără experiență și uneori fără speranță, Raza de Soare a reușit. Așa s-a întâmplat și în cadrul campaniei de advocacy, unde “însoriții” au demonstrat că lipsa de experiență poate fi uneori înlocuită cu perseverență, dorință de reușită și optimism. Cu pași mici, dar siguri, organizația a creat o rețetă de succes: comunitate ca aliat, beneficiari ca membri ai asociației și autorități ca parteneri. ”



O viață normală pentru fiecare copil și tânăr cu nevoi speciale

poveste adaptată de Asociația Rază de Soare

O viață normală pentru fiecare copil și tânăr cu nevoi speciale este dorința ce a dus la nașterea personajului celei de-a doua povești - a Asociației „Rază de Soare” - în anul 2000. În comunitatea mică din Iernut, județul Mureș, în care nu există alte servicii sociale pentru copiii și tinerii cu dizabilități psihomotorii, Centrul de Zi al asociației este ca o „rază de soare” pentru beneficiari și familiile acestora. În centrul de zi al asociației se desfășoară activități de recuperare psihomotorie, consiliere psihologică, recuperare psihosocială prin activități de ergoterapie, arteterapie, meloterapie și expresie verbală pentru 20 de beneficiari, dintre care 11 cu grad de handicap grav.

Campania Razei de Soare a pornit de la nevoia de a crește șansele de recuperare ale copiilor și tinerilor cu dizabilități psihomotorii dintr-un oraș mic, în care serviciile de asistență medicală și socială sunt reduse. Decizia a venit și ca urmare a creșterii numărului de beneficiari, aceștia venind și din localitățile apropiate, unde nu există astfel de servicii.

Astfel, prin campania de advocacy “O viață normală pentru fiecare copil și tânăr cu nevoi speciale”, Asociația “Rază de Soare” și-a propus să responsabilizeze autoritățile în vederea alocării de fonduri publice pentru angajarea unui kinetoterapeut și a unui psihopedagog pentru deschiderea serviciului de recuperare psihomotorie destinat beneficiarilor Centrului de Zi “Rază de Soare”.

Capitolul 1 **Comunitatea ca aliat**

Membrii Razei de Soare au pornit la luptă arătând comunității ceea ce fac ei în fiecare zi. Au deschis porțile asociației în cadrul evenimentului „Ziua Porților Deschise” și au arătat care sunt nevoile persoanelor cu dizabilități, care sunt serviciile sociale oferite de organizație și ce rol joacă acestea în viața beneficiarilor și a familiilor lor. De asemenea, au arătat beneficiile serviciilor de kinetoterapie și psihoterapie în procesul de recuperare al persoanelor cu nevoi speciale și cât de importante ar fi acestea pentru copiii și tinerii ce vin la Rază. Asociația Rază de Soare a invitat întreaga comunitate să treacă pragul Centrului de Zi și să-i cunoască beneficiarii. Bineînțeles, beneficiarii și familiile acestora au fost implicați activ în cadrul evenimentului.

Pe parcursul zilei, au trecut porțile deschise aproximativ 80 de persoane: cetățeni din Iernut, autorități locale, mass media, diferiți actori locali. Aceștia au aflat despre serviciile organizației, i-au cunoscut pe copiii cu dizabilități și le-au înțeles problemele. Centrul a fost vizitat și de cadrele didactice și de elevii lor. Copiii s-au cunoscut, s-au împrietenit și au realizat împreună o pictură intitulată „Ne bucurăm împreună”. Pentru elevii de liceu vizita la Centrul Rază de Soare a constituit și un bun prilej de informare cu privire la asistența socială și specializările care pot fi urmate pentru a lucra în acest domeniu.

Capitolul 2 **Aliați din alte organizații**

Dorind să atragă aliați și din partea altor organizații care oferă servicii sociale pentru persoane cu nevoi speciale, Raza de Soare a organizat concursul „Hărnicie, Fantezie, Bucurie”. La eveniment, care a fost realizat împreună cu clubul copiilor din oraș, au fost participanți din partea a 12 organizații din trei județe. Și cu această ocazie, reprezentanții Asociației Rază de Soare au reușit să promoveze scopul campaniei și să sublinieze

necesitatea implicării autorităților locale prin finanțarea serviciului de kinetoterapie și psihopedagogie.

Capitolul 3 **La discuții cu autoritățile județene**

Reușind să facă vizibilă la nivelul comunității necesitatea serviciului de kinetoterapie și având aliați atât din comunitate, cât și din partea altor organizații ce oferă servicii sociale, membrii asociației au pornit la discuții cu reprezentanții Consiliului Județean Mureș, unde și-au făcut cunoscută dorința de a înființa și susține serviciul de recuperare psihomotorie a copiilor și tinerilor din Centrul Rază de Soare Iernut, prin angajarea unui kinetoterapeut și a unui psihopedagog.

Activitățile întreprinse și discuțiile cu reprezentanții autorităților publice s-au finalizat cu un prim succes al campaniei și anume, încheierea unui contract între Asociația Raza de Soare din Iernut și Consiliul Județean Mureș în vederea alocării de fonduri pentru angajarea unui kinetoterapeut și a unui psihopedagog, pentru o perioadă de 6 luni.

Capitolul 4 **La discuții cu autoritățile locale**

Parteneriatul cu Consiliul Județean a fost un succes binevenit, dar nu suficient nici pentru asociație, nici pentru beneficiari, care aveau nevoie de astfel de servicii pe o perioadă mai mare de 6 luni. Așadar, cu curaj și forțe proaspete, Raza de Soare a pornit din nou la drum. De această dată și-a concentrat eforturile mai mult asupra autorităților de la nivelul orașului, abordând reprezentanți ai Primăriei și Consiliului Local din Iernut.

Însoriții au dorit să discute „altfel” cu autoritățile locale despre nevoia unui serviciu specializat de recuperare psihomotorie, astfel că au decis să organizeze o expoziție cu lucrările beneficiarilor și cu fotografiile realizate în

activitățile de până atunci ale asociației și să le „arate” reprezentanților APL această nevoie.

Expoziția s-a numit „10 Raze de Soare”, amintind astfel și de activitatea organizației de pe parcursul a 10 ani de când s-a înființat. La eveniment au participat prefectul județului Mureș, vicepreședintele Consiliului Județean, un deputat de Mureș, reprezentanți ai Primăriei și ai Consiliului Local din Iernut.

Pentru că Raza de Soare nu înseamnă doar membrii și voluntarii asociației, ci și copiii și tinerii care sunt beneficiari, activitățile întreprinse la eveniment au fost realizate de beneficiari și de familiile acestora. Ei au confecționat împreună diverse obiecte decorative, au pictat, au decupat și le-au arătat invitaților lucrările lor, precum și fotografiile realizate în anii de activitate ai organizației. Prin toate acestea au arătat cât de importante sunt serviciile oferite de Raza de Soare pentru ei și că au nevoie de sprijin pentru a putea beneficia și de servicii specializate de recuperare. Evenimentul a fost unul emoțional și a creat o relație strânsă între invitați și „gazde”. Cu această ocazie Consiliul Local a acordat Asociației “Rază de Soare” Diploma de Onoare, pentru cei 10 ani de activitate în domeniul asistenței sociale, și în serviciul comunității.

Având susținerea comunității locale, sprijinul beneficiarilor și forțe noi, Raza de Soare a depus o cerere oficială către Consiliul Local pentru încheierea unui parteneriat public-privat care să ducă la finanțarea serviciului de recuperare psihomotorie.

Capitolul 5 **Final cu succese**

Cererea Razei de Soare a fost analizată de Comisia Economică și de cea Socială care au stabilit întocmirea unui proiect de hotărâre care să fie introdus pe ordinea de zi a ședinței Consiliului Local spre aprobare. În

paralel, au avut loc numeroase discuții între membrii asociației și primar, consilieri locali, secretarul Consiliului Local. Președintele asociației a participat la ședința de Consiliu Local, unde a susținut necesitatea încheierii unui parteneriat public-privat pe termen lung.

Consiliul Local a fost de acord în unanimitate cu propunerea, urmând ca în bugetul local pentru anul 2011 să fie cuprinse fondurile necesare pentru finanțarea serviciului de recuperare psihomotorie în cadrul Centrului de Zi Rază de Soare.

Pe lângă parteneriatele încheiate cu Consiliul Local și Județean, Asociația Rază de Soare a câștigat în cadrul campaniei un parteneriat mult mai important, parteneriatul cu comunitatea, care sprijină activitatea însorișilor și va rămâne un aliat puternic în acțiunile ce vor fi derulate în viitor de către asociație. Totodată, cei pentru care luptă, copiii și tinerii cu dizabilități psihomotorii și familiile acestora, au câștigat respectul celorlalți și simt că fac parte din comunitatea locală.



Cum a devenit povestea realitate

“ Când nu ești auzit și văzut, trebuie să te faci înțeles. Campania APH Sporting Club a reușit nu numai să obțină ateliere de terapie ocupațională, ci un lucru la fel de important: înțelegere. A reușit să facă niște oameni (fie ei APL, jurnaliști, cetățeni etc.) să vadă o bordură. Printre petiții, discuții, evenimente și pliante, un scaun cu roțile și 800 de metri au arătat că un prag poate fi o piedică, că deși deseori vedem, rareori înțelegem. O metodă ingenioasă care a făcut ca mesajul campaniei să devină unul de succes. ”



Împreună pentru un viitor mai bun

poveste adaptată de Asociația Persoanelor cu Handicap – APH Sporting Club Galați

Asociația Persoanelor cu Handicap (APH) „Sporting Club” este una dintre organizațiile neguvernamentale din Galați care a reușit ceea ce puțini reușesc: să formeze învingători. Înființată în 1992 de către un grup de persoane cu handicap fizic, asociația a sprijinit și a făcut victorioși sute de beneficiari. Misiunea asociației ține de apărarea drepturilor persoanelor cu dizabilități și de îmbunătățirea situației celor aflați în dificultate.

În aprilie 2010, în județul Galați se înregistrau 11.669 de persoane cu handicap, dintre care 4.796 cu dizabilități fizice și asociate. Pe cei mai mulți dintre ei nu-i vedem, pentru că ajung să trăiască izolați, departe de societate și lipsiți de serviciile de care au nevoie.

La APH Sporting Club aceștia au acces la servicii medicale, consiliere psihologică, consultanță juridică și servicii de educație și instruire. Pe lângă acestea, mai important decât orice, persoanele cu dizabilități se bucură aici de socializare și de un tratament normal. De asemenea, cei peste 300 de membri ai organizației și 60 de voluntari se implică în acțiuni sportive, în organizarea de evenimente culturale, în proiecte sociale și educaționale.

Campania APH Sporting Club, în cadrul proiectului Parteneriat pentru Comunitate, a avut ca scop obținerea unei finanțări publice pentru dotarea unui atelier de terapie ocupațională. În cadrul APH, beneficiarii desfășurau activități de terapie ocupațională confecționând lucruri mici, cum ar fi felicitări, măștișoare și diferite ornamente. În activitățile lor, beneficiarii erau

însă limitați de lipsa unor instrumente și materiale care să le permită să desfășoare activități mai ample de terapie ocupațională și să confecționeze obiecte ce ulterior ar putea fi comercializate, aducând un mic sprijin financiar și emoțional.

Capitolul 1 **Abordarea comunității: informare și sensibilizare**

Ca prim pas în cadrul campaniei, organizația a decis să își deschidă porțile și să ofere membrilor comunității un „tur al casei”, vorbind despre serviciile pe care le oferă și despre beneficiarii pe care îi sprijină. Acestea s-au întâmplat la „Ziua Porților Deschise”, unde aproximativ 60 de persoane au trecut pragul organizației.

În acel moment au obținut o primă promisiune, în sensul parteneriatului public-privat, venită de la reprezentantul Bibliotecii Județene “V.A. Urechia”, care a promis să sprijine asociația prin instruirea câtorva beneficiari în activitatea de legătorie, abilități ce vor fi utile în vederea unui program de terapie ocupațională.

A urmat o masă rotundă pe tema rolului terapiei ocupaționale pentru persoanele cu dizabilități. La aceasta au participat reprezentanți ai administrației publice, reprezentanți ai altor organizații ce oferă servicii sociale, specialiști în domeniul terapiei ocupaționale, beneficiari și cetățeni interesați să sprijine aceste activități. În cadrul evenimentului, organizația a prezentat necesitatea unui centru pentru terapie ocupațională. Declarațiile organizației au fost susținute de beneficiari ai organizației precum și de specialiști în domeniu – kinetoterapeut, psiholog etc. Ca urmare a acestei mese rotunde, Consiliul Județean a promis să sprijine organizația, însă această promisiune nu s-a concretizat.

Capitolul 2 **Abordarea autorităților publice locale**

Contextul este foarte important în cadrul unei campanii de advocacy, de el trebuie ținut seama atunci când facem planul de campanie și când stabilim tacticile pe care le vom folosi. Astfel că tacticile de abordare a autorităților locale trebuie adaptate la mediul în care se desfășoară activitățile și la relația pe care organizația o are cu țintele campaniei.

APH Sporting Club a construit de-a lungul timpului o bună relație cu Primăria și Consiliul Local din Galați, de aceea tacticile lor nu au fost agresive și s-au bazat pe dialog și expunerea de argumente în favoarea scopului campaniei. Reprezentanții Primăriei și ai Consiliului Local au fost invitați la Ziua Porților Deschise și apoi la masa rotundă, unde le-au fost expuse motivele și necesitatea realizării unui centru de terapie ocupațională pentru persoanele cu dizabilități. Deși în cadrul acestor evenimente autoritățile au promis că vor sprijini organizația, lucrurile nu s-au concretizat într-un parteneriat, din lipsa de fonduri.

Pentru a obține sprijin mai larg din partea Consiliului Local, președintele Asociației Sporting Club, care obișnuiește să participe la ședințele Consiliului Local, fiind astfel o figură cunoscută de consilierii locali, le-a prezentat acestora în cadrul unei ședințe de consiliu ideea de a deschide un centru de terapie ocupațională pentru persoane cu dizabilități. De asemenea, acesta a explicat ce înseamnă terapia ocupațională și care sunt problemele cu care se confruntă persoanele cu dizabilități.

Capitolul 3 **Mesaje mai „clare”**

Deși s-au purtat numeroase discuții cu reprezentanții APL, promisiunile nu se concretizau. Astfel încât membrii asociației au decis că e timpul să nu se mai facă auziți, ci înțeleși.

Așa că au organizat acțiunea „Fii o zi ca noi”, ce urma să arate prin ce trece zi de zi o persoană cu dizabilități și cât de importante sunt activitățile care oferă sprijin emoțional persoanelor cu dizabilități. Într-o primă fază, reprezentanții Primăriei și Consiliului Local Galați, ai Consiliului Județean și jurnaliști din Galați și București au fost implicați în activități de terapie ocupațională – au confecționat obiecte de Crăciun, au decorat pahare și au făcut felicitări împreună cu beneficiarii și personalul organizației.

Odată încălzirea făcută, a venit și partea „grea” - participanții au fost invitați să se pună efectiv „în pielea persoanelor cu dizabilități” – parcurgând un traseu de aproximativ 800 de metri (multora distanța părându-li-se de 10 kilometri), în jurul sediului APH Sporting Club, în scaune cu roțile. Regulile au fost clare, participanții nu aveau voie să coboare picioarele atunci când era prea greu să mai împingă cu mâinile sau când întâmpinau obstacole (praguri, borduri, crengi etc.).

Concluzia generală: „Am mers doar câteva zeci de metri și am scos limba de un cot * Căini, mașini și gropi * Într-un cuvânt, o viață aproape imposibilă * Am ajuns ultimul la linia de sosire, deși am trișat grupa-mare * Nu voi mai trece niciodată pe lângă un om în scaun rulant fără să încerc să-i dau o mână de ajutor” (articol din „Viața Liberă Galați”).

Ulterior acestor activități au avut loc discuții pe tema serviciilor sociale oferite de organizație și importanța terapiei ocupaționale pentru persoanele cu dizabilități fizice și asociate.

Evenimentul și-a atins ținta, aceea de a face mesajul organizației înțeles de către jurnaliști și reprezentanții autorităților publice.

Capitolul 4 **O răsplată bine meritată**

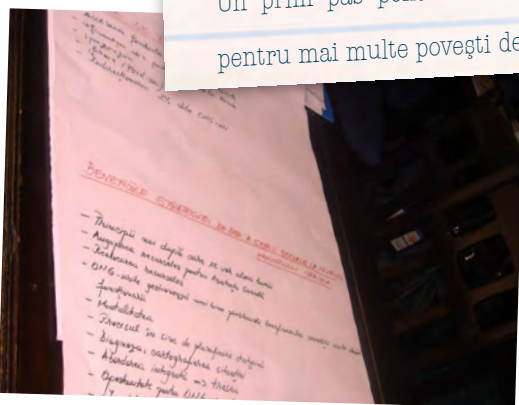
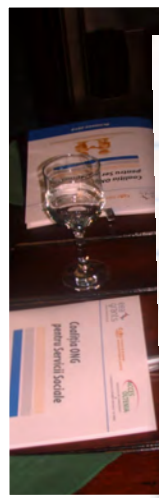
Membrii asociației și-au dorit să doteze un atelier de terapie ocupațională pentru beneficiarii lor, însă desfășurând campania de advocacy au obținut mult mai mult - o propunere de parteneriat de la Primăria și Consiliul Local din Galați, pentru înființarea unei Unități Protejate de serigrafie. În cadrul acesteia, organizația va putea realiza mai multe ateliere de terapie ocupațională, 75% din profitul Unității Protejate fiind destinat programelor de integrare socio-profesională pentru persoanele cu handicap.

Și, așa cum îi stă bine unei povești, și aceasta este cu final fericit. Beneficiarii asociației vor putea, o dată cu realizarea Unității Protejate, să confecționeze obiecte în cadrul activităților de terapie ocupațională, ce le vor aduce și independență financiară, și mai multă siguranță emoțională.



Cum a devenit povestea realitate

“ ACCES Oltenia a derulat o campanie a aliaților, a căutat și a convins organizații neguvernamentale și autorități publice că împreună pot să ofere șanse mai mari de recuperare și de reintegrare socială a persoanelor din grupurile vulnerabile, că împreună sunt mai eficienți și că pot lucra într-un mod creativ și cu rezultate palpabile. Și la fel de important este că administrația locală a început să vadă în ACCES Oltenia și în Coaliție niște parteneri semnificativi și a decis planificarea unui proiect în parteneriat în domeniul incluziunii sociale pentru care urmează a solicita finanțare în cadrul Programului Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane. Un prim pas pentru mai multe colaborări între ONG-uri și autorități, pentru mai multe povești de succes.”



Coaliția ONG-uri pentru Servicii Sociale

poveste adaptată de Asociația de Consultanță și Consiliere Economico – Socială Oltenia – A.C.C.E.S. Oltenia

Asociația de Consultanță și Consiliere Economico – Socială – A.C.C.E.S. Oltenia a pornit la drum în anul 2002 cu misiunea de a sprijini comunitatea locală și autoritățile publice locale în dezvoltarea serviciilor sociale pentru grupurile vulnerabile. Scopul pe care A.C.C.E.S. Oltenia și l-a propus a fost de a promova dezvoltarea economică, socială și cultural-educatională a regiunii Oltenia. Un scop mare, dar pe care asociația reușește să îl susțină prin încăpățănare, multă muncă și putere din comunitate.

În România, în actualul context economic, nici statul, nici organizațiile neguvernamentale singure nu pot asigura și susține întreaga gamă de servicii sociale, servicii insuficient dezvoltate în comparație cu restul țărilor europene. Motiv pentru care România ocupă un loc nu tocmai favorabil în Uniunea Europeană în ceea ce privește dezvoltarea serviciilor sociale pentru categoriile vulnerabile.

Problema pe care ACCES Oltenia a identificat-o și pe care a dorit să o rezolve în cadrul campaniei de advocacy a fost lipsa unei strategii comune în domeniul serviciilor sociale, strategie care să aibă la bază parteneriatul între organizațiile neguvernamentale furnizoare de servicii sociale și autoritățile publice.

La nivelul municipiului Craiova nu există o strategie de dezvoltare a serviciilor sociale, de aceea în cadrul campaniei de advocacy, ACCES Oltenia și-a propus să creeze o rețea locală de ONG-uri care să dezvolte o strategie

comună de servicii sociale în municipiul Craiova, având la bază parteneriatul public-privat.

Capitolul 1 **Unde's mulți puterea crește. Formarea coaliției**

Organizațiile neguvernamentale ce oferă servicii sociale au experiență în lucrul cu beneficiarii, autoritățile publice au o mai mare putere de decizie publică, de aceea colaborarea ar aduce rezultate importante pentru beneficiari. Pentru a acoperi o gamă cât mai largă de servicii sociale destinate grupurilor vulnerabile, autoritățile locale pot să folosească resursele existente în comunitate și anume, expertiza acumulată în sectorul neguvernamental atât în domeniul furnizării serviciilor sociale, cât și în managementul și în atragerea de resurse extrabugetare.

Asociația a identificat principalele organizații furnizoare de servicii sociale din Craiova și le-a trimis invitații de aderare la Coaliție. Acestora le-a fost explicată necesitatea realizării unei strategii de dezvoltare, dar și faptul că aceasta va cere multe eforturi.

Au primit patru răspunsuri pozitive de la organizații din domeniul social, printre care și două cu o experiență vastă în domeniu: ANCAAR Craiova și Vasiliada Craiova, care nu s-au dat în lături de a porni pe un drum dificil.

Din Coaliție fac parte:

ACCES Oltenia, Asociația CRONO Centrul de Resurse pentru Organizațiile Non-profit din Oltenia, Asociația Vasiliada, Asociația Națională pentru Copii și Adulți cu Autism din România (ANCAAR) | Filiala Craiova, Asociația Dincolo de Autism.

Astfel, Coaliția ONG-uri pentru Servicii Sociale s-a născut pentru ca eforturile organizațiilor neguvernamentale din Craiova să se unească cu cele

ale autorităților locale în scopul furnizării de servicii sociale adecvate și pentru un număr cât mai mare de beneficiari.

Capitolul 2 **Informarea. Atragerea de aliați și susținători**

Al doilea pas important în campanie, după formarea Coaliției, a fost informarea și sensibilizarea comunității. Au fost distribuite materiale către autoritățile publice locale și către organizațiile neguvernamentale din Craiova, materiale ce ofereau informații asupra scopului coaliției și asupra membrilor acesteia.

Ca peste tot, și în Craiova există persoane cu dizabilități fizice sau mintale, copii cu cerințe educaționale speciale, copii cu tulburări de dezvoltare, vârstnici etc. Îi vedem rar pentru că mulți dintre ei nu pot merge la școală, nu pot avea o slujbă, nu pot merge la piață, nu se pot plimba prin oraș. Aproximativ 13800 de adulți cu handicap și 2000 de copiii cu handicap fizic și mental erau înregistrați la nivelul județului Dolj la sfârșitul anului 2009. Instituțiile statului nu pot răspunde nevoilor tuturor acestor persoane, de aceea serviciile sociale oferite de organizațiile neguvernamentale vin în completarea celor oferite de zona publică. Astfel, o bună colaborare între cele două duce la îmbunătățirea asistenței acordate beneficiarilor și deci la o calitate a vieții crescută pentru cei cu dizabilități fizice sau mintale.

Metoda a avut succes: membrii comunității au aflat de nevoia unei strategii la nivelul municipiului Craiova, iar autoritățile au înțeles că o colaborare cu organizațiile din coaliție ar duce la creșterea calității serviciilor sociale la nivelul localității. Ceea ce a făcut ca următoarea acțiune să fie mult mai eficientă...

Capitolul 3 **Dezbateri creative cu autorități publice și ONG-uri**

După întâlniri și discuții cu membrii coaliției s-a decis că cea mai bună metodă de a aduce laolaltă reprezentanți ai autorităților publice și reprezentanți ai organizațiilor neguvernamentale pentru a discuta împreună, trebuie să fie una „relaxată”. Așa că au organizat o Cafenea Publică abordând realizarea unei strategii actualizate și coerente, care să permită dezvoltarea și evaluarea serviciilor sociale la nivelul municipiului Craiova, strategia care să fie bazată pe cartografierea nevoilor sociale și să țină cont și de organizațiile neguvernamentale ca furnizori de servicii sociale.

Cafeneaua Publică este o metodă ingenioasă de participare publică ce aduce față în față actorii interesați de o anumită problemă. Cafeneaua presupune organizarea unei dezbateri pe o anumită temă care ține de interesul participanților, într-un mediu cât mai asemănător unei... cafenele. Cadrul relaxat de discuție invită la o dezbateră creativă și la obținerea de informații și idei necesare identificării soluțiilor problemei abordate.

Astfel, Cafeneaua Publică a fost primul pas pentru realizarea strategiei de dezvoltare și susținere a serviciilor sociale în parteneriat public-privat la nivelul municipiului Craiova. La eveniment au participat reprezentanți ai DASPC Craiova, primarul orașului și reprezentanți ai ONG-urilor ce oferă servicii sociale. Aici s-au conturat câteva linii principale pe baza cărora va fi pusă la punct strategia.

Capitolul 4 **Rezultate, rezultate**

Desfășurând campania de advocacy organizația a reușit să formeze o Coaliție a ONG-urilor pentru servicii sociale în Craiova și să inițieze un proces de planificare strategică în domeniul serviciilor sociale la nivelul Municipiului Craiova pentru îmbunătățirea serviciilor oferite atât de

instituțiile statului, cât și de organizațiile neguvernamentale active în domeniul social.

Un alt rezultat important a fost încheierea unui parteneriat public privat cu Consiliul Local al Municipiului Craiova, care presupune atragerea de fonduri în parteneriat pentru promovarea incluziunii sociale a grupurilor vulnerabile: persoanele cu dizabilități, tinerii peste 18 ani care părăsesc sistemul instituțional de protecție a copilului, familiile care au mai mult de 2 copii etc.

Organizații neguvernamentale și autorități locale ce, împreună, vor aduce comunității și beneficiarilor direcți pe care îi servesc, o strategie pentru servicii sociale mai bune.

Povestea proiectului „Parteneriat pentru comunitate”

Cere oferă constant asistență organizațiilor neguvernamentale fără experiență în advocacy pentru ca acestea să își crească capacitatea de a influența deciziile luate de instituțiile publice.

Organizațiile neguvernamentale reprezintă un principal furnizor de servicii sociale la nivel național, însă acestea se confruntă cu o lipsă de resurse financiare care să asigure continuitatea și calitatea serviciilor oferite. Pentru a răspunde acestei nevoi, proiectul „Parteneriat pentru Comunitate” și-a propus să sprijine 8 organizații neguvernamentale furnizoare de servicii sociale pentru ca acestea să determine autoritățile să aloce mai multe resurse publice serviciilor sociale furnizate de ONG-uri și să încheie parteneriate de tip public-privat.

Pentru aceasta am avut ca parteneri Fundația „Pentru Voi” din Timișoara și Asociația „Sprijiniți Copiii” din Alba Iulia, două organizații cu experiență în furnizarea serviciilor sociale și în parteneriatul public-privat.

Personajele poveștilor despre parteneriate pentru comunitate:

Asociația Antiparkinson din Deva și-a propus să creeze serviciul “Psihologul Public”, serviciu ce presupune o intervenție paliativă pentru persoanele ce suferă de Parkinson și oferă sprijin moral pacienților.

Asociația ACCES Oltenia din Craiova a decis să creeze un grup de inițiativă care reprezintă nucleul unei coaliții locale a organizațiilor ce oferă servicii sociale din Craiova. Coaliția ONG-uri pentru Servicii Sociale are rolul de a realiza și susține o strategie de dezvoltare a serviciilor sociale la nivelul municipiului Craiova.

Asociația Persoanelor cu Handicap Sporting Club din Galați a avut ca scop realizarea unui atelier de terapie ocupațională pentru beneficiarii săi, atelier care are un rol terapeutic și care aduce și independență financiară pentru persoanele cu handicap fizic din asociație.

Asociația Rază de Soare din Iernut, Județul Mureș a dorit să înființeze servicii de kinetoterapie și psihopedagogie, pentru recuperarea copiilor și tinerilor cu dizabilități psihomotorii care vin în Centrul de Zi al asociației.

Asociația Sf. Damian din Iași și-a îndreptat eforturile către elevii din mediul rural în încercarea de a atrage fonduri publice care să asigure burse școlare tinerilor din mediul rural pentru susținerea studiilor liceale. Acțiunea este menită să împiedice abandonul școlar al elevilor de liceu, din lipsă de resurse financiare.

Fundația Bethania din Cluj-Napoca a dorit să încheie un parteneriat cu autoritățile publice din Cluj, pentru a promova în cadrul instituțiilor publice și organizațiilor neguvernamentale de profil, o metodă inovativă de tratament care s-a dovedit a fi foarte eficientă în procesul de educație și recuperare a copiilor preșcolari cu cerințe educaționale speciale, metoda Feuerstein.

Fundația Inocenti din Bistrița a avut ca scop al campaniei alocarea de resurse financiare ONG-urilor de către Consiliul Județean Bistrița-Năsăud, prin mecanismul Legii 350/2005.

Fundația Veritas a dorit să încheie o colaborare de lungă durată cu autoritățile locale și să atragă susținători din comunitatea locală, în vederea constituirii unui consiliu de administrație și asigurarea durabilității financiare a serviciilor sociale oferite de organizație.

Deși nu toate organizațiile au reușit să își îndeplinească obiectivele până la finalizarea proiectului, ele vor continua să acționeze în vederea atingerii scopului propus, având deja instrumentele teoretice și practice necesare și stabilind deja o relație de colaborare cu autoritățile publice locale.

Astfel, realitatea lor, a beneficiarilor celor 8 organizații va fi mai frumoasă.
De poveste.

Proiectul „Parteneriate pentru Comunitate” este finanțat de Guvernele Islandei, Principatului Liechtenstein și Norvegiei prin Mecanismul Financiar al Spațiului Economic European.

Material editat de Centrul de Resurse pentru participare publică – CeRe
Noiembrie 2010

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Mecanismului Financiar SEE.