

Un ONG care lucrează la intersecția dintre **bună guvernare și cetățenie activă.**

VIZIUNE O Românie modernă, bine guvernată, populată de cât mai mulți cetățeni implicați și neastâmpărați. Cetățeanul funky e un cetățean <i>model</i>: → E activ, nu resemnat (csf, ncsf). Nu e nici apatic sau fatalist. → Își asumă responsabilitatea individuală. deci își suflecă mânecile, nu doar critică disfuncționalitățile, → E conectat la dezbaterile moderne europene și internaționale.	MISIUNE Suntem un bun catalizator pentru cei ce vor să se implice civic. Oferim instrumente, informații și atitudine optimistă, molipsitoare. Scop Creștem calitatea vieții în România. Obiective: → Stăm cu ochii pe politicieni → Contribuim la reforma instituțiilor → Facem educație civică
Valori: colaborare ● interdisciplinaritate ● incluziune ● independență ●	Principii: transparență ♥ integritate ♥ competență ♥ eficiență ♥ dezvoltare sustenabilă ♥ solidaritate ♥
Instrumente (transversale) Participare > coalitii // parteneriate // dezbateri // apariții media și la evenimente // asistență (tehnică, instituțională) Comunicare > campanii (de advocacy, de promovare) // scrisori deschise // PR Creație, content > analize // cercetări // infografice // policy paper-uri // evenimente Educaționale > fact-checking // jurnalism bazat pe date, orientat spre soluții // crearea de publicații educaționale // training-uri Aptitudini Gândire și comunicare strategică // politici publice // fundraising // public speaking // community management // training-uri // cercetări.	Tematici Educație ≥ media, civică, juridică, financiară Justiție ≥ integritate, anticorupție, avertizori Finanțe ≥ bugete, achiziții publice Administrație publică ≥ sănătate, educație, primării, digitalizare, transparență Drepturile omului ≥ alegeri, legislație, UE Mediu înconjurător ≥ poluare Audiențe studenți, tineri adulți, antreprenori, politicieni, corporatiști, funcționari publici, jurnaliști, diplomați.

Introducere

Care e rostul acestei strategii? La ce ne ajută?

Avem nevoie de o strategie pentru

- a ne ancora mai bine în scopul și obiectivele asociației
- a rămâne fideli valorilor și principiilor noastre
- a ne ajuta să gândim / alegem proiectele în care ne implicăm
- a găsi drumul optim pentru a îndeplini viziunea asociației

Cum a luat naștere această strategie?

Strategia precedentă a asociației a fost creată în 2014 pentru a fi valabilă până la finalul anului 2020, al doilea an consecutiv electoral cu două runde de alegeri. Strategia precedentă prevedea 4 mari direcții de activitate:

Funky Town

(comunități urbane care rezolvă probleme)

Funky Money

(bani publici gestionați mai responsabil)

Funky Institutions

(calitate și eficiență în administrația publică)

Funky Galaxy

(categoria diverse)

Procesul de iterație a fost unul colaborativ și centrifug, având două surse de input-uri:

1. Extern: întrucât Funky Citizens nu ar exista fără rețeaua de susținători și colaboratori, aceștia au fost implicați în trasarea strategiei. Astfel, am intervievat diverși membri ai constituency ului nostru, de profesii, vârste, preocupări diverse. I-am întrebat;

1. care cred că vor fi temele majore pentru următorii ani (altfel spus, ce-i doare pe ei, la ce sunt ei sensibili)
2. cum am putea noi, Funky, să intervenim în ele.

2. Intern: ne-am întrebat ce-a fost bine și mai puțin bine în ultimii opt ani, precum și ce-am elimina sau adăuga, la liber. Apoi ne-am uitat în strategia precedentă, ce-am făcut în ultimii 8 ani și cât de valabile mai sunt țintele și direcțiile de atunci. Finalmente, am ținut cont de mediul (local, național, european, internațional) în care operăm și am brainstorm-uit pe structura PESTLE (Political / Economical / Social / Technological / Legal / Environmental).

Ce aduce nou această strategie?

1. Include explicit în tematicile (deja largi) ale asociației domenii precum digitalizare sau mediu înconjurător
2. Clarifică misiunea, viziunea și scopul, fără a le altera major față de precedenta strategie
3. Oferă o matrice clară de tipul instrumente - tematici - audiențe, care facilitează generarea de idei de intervenție punctuale

Istoric - cu ce ne lăudăm?

Ne-am consacrat ca cei care avem o bună expertiză pe subiecte ce țin pe **bani publici** și **administrație**. Mai mult, lumea ne știe drept cei care **accesibilizează** cu ușurință subiecte plicticoase. Oficial, ne preocupă cele civice din mai 2012, timp în care am ajuns la sute de mii de cetățeni de toate felurile, prin sutele de training-uri și zecile de evenimente organizate, dar și prin **prezența susținută** în spațiul public, fie el online, pe Facebook sau în alte publicații, sau offline, la proteste ori în platouri de televiziune.

Am ajuns și la urechile politicianilor, cărora le-am cerut mereu **transparentă și integritate**. Ba chiar și competență, dacă e disponibilă. Dacă nu, am adus-o noi, prin training-uri. Am responsabilizat decidenții prin **monitorizarea** lor constantă, inclusiv prin proiecte inovatoare precum **Factual.ro**, prima inițiativă locală de fact-checking politic

Ne-am remarcat prin **agilitatea reacțiilor** pe subiecte ce țin de **statul de drept**, dar și prin felul creativ de a pune pe agenda publică subiecte care nu stârnesc mari pasiuni, precum **banii publici sau observarea alegerilor**. Am mers la **dezbateri** la instituții și le-am arătat că merită să asculte și de cetățeni. Am folosit puterea exemplului când am promovat **implicarea cetățenească**, pe care am purtat-o și noi înspre mainstream.

Ne uităm prin **date** ca să facem **recomandări de politică publică, luări de poziție** sau diverse **analize**. Suntem **research partners** pentru International Budget Partnership, ne invită Comisia Europeană la consultările pe MCV, suntem implicați în diverse **rețele** și

coalitii. Una dintre ele se numea „**Politică fără Bariere**”, care a înlesnit accesul noilor jucători pe piața partidelor politice.

Am inovat și în **educație civică**, de la **Constituția ilustrată** (și kit-ul aferent), până la sutele de infografice sau tururile ghidate prin marile orașe, prin cheltuielile de investiții ale acelor orașe.

Am făcut stickere cu marii corupți și o bază de date aferentă, când începuseră să fie condamnați. Am deschis sediul nostru din **Colivia** pentru felurite evenimente, de la Noaptea Caselor până la **checkathoane**, adică maratoane de fact-checking. Am făcut evenimente și-n afara Coliviei, căci ne place tare mult să vedem cetățenii funky la **socializare**. Am reprezentat România la sute de evenimente de civic tech, bună guvernare și domenii conexe.

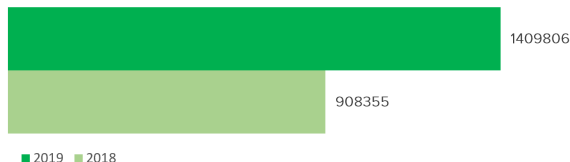
Am vegheat la corectitudinea procesului electoral prin acreditarea de **observatori independenți**, pe care-i sprijineam cu consultanță de la distanță atunci când ei erau pe teren, în secții.

Am onorat mereu **invitațiile presei** naționale și internaționale. Ne-am pus cunoștințele de administrație publică și legislație în slujba **jurnaliștilor de investigație**, cu care am colaborat adesea. Credem în rolul presei locale, așa că am înființat proiectul editorial **Buletin de București**.

Ne-am dat seama că încă avem apucături de dinainte de 89, așa că ne-am pus pe explicat **istoria recentă** tinerilor într-o manieră

interactivă și experiențială, prin apartamentul comunist 80east.

Veniturile totale sunt pe un trend ascendent:



Principalele surse sunt grant-urile din surse precum Active Citizens Fund, Black Sea Trust (German Marshall Fund), Comisia Europeană, Departamentul de Stat al SUA, EEA Grants, European Journalism Center, Google Digital News Initiative, Konrad Adenauer Stiftung, National Endowment for

Democracy, Techsoup și ambasade ale altor state precum Canada, Franța sau Regatul Țărilor de Jos.

Pe măsură ce am devenit mai vizibili, am fost **etichetați** în fel și chip, de fel și fel de oameni, de la părerologi de prime-time până la ideologi de Facebook din tot spectrul stânga-dreapta. Firește că suntem independenți și non-partizani, acționăm doar în baza strategiei, care este publică. E ridicol că trebuie să o spunem, dar nu suntem manipulați de vreun Soros, n-avem stat paralel sau interese politice ascunse. Suntem civically fit - avem o bună energie civică și vrem să ne menținem forma :)

Hashtag-uri:

#transparentă #anticorupție #educatiecivica #participare
#civictech #goodgovernance #humanrights #ruleoflaw #watchdog

Scurtă recapitulare

Ce s-a întâmplat cu societatea românească din 2012 încoace?

Am alunecat ușor spre [liberalism](#), dar nu chiar ca Ungaria și Polonia. Au apărut (și dispărut) partide noi (Demos, USR, PLUS, AUR). Am avut alternanțe la guvernare, dar țara tot prin [ordonanțe de urgență](#) s-a condus, fără prea mare predictibilitate. A duduie economia, am avut o foarte bună creștere economică, ne-am revenit bine după criza din 2009, să vedem cum ne refacem după Covid-19. Am văzut cum au intrat în închisoare, pentru fapte de corupție, foști premieri, parlamentari, primari, judecători. Ne-am întristat când DNA-ul și-a redus din credibilitate și din motoare. Ne-ar plăcea să avem instituții trainice pe sistemul „apa trece, pietrele rămân”.

Am trecut printr-un an centenar cu societatea divizată. Am trecut - nu fără [scandalul](#) cozilor la vot - și prin multe runde de alegeri (locale și parlamentare în 2012, 2016 și 2020; europarlamentare și prezidențiale în 2014 și 2019), inclusiv referendumul inițiat de CpF. Am stat mult și-n stradă, la proteste: vreo trei luni în 2013, când cu Uniți Salvăm; câteva săptămâni la Colectiv, în 2015. Naiba mai știe cât în 2017, când cu #rezist. Justiția e încă în piuneze, populismul e-n floare. Ne-am șocat de Hexipharma și nosocomiale de nici n-am mai avut putere să protestăm. Am trăit la intensitate maximă cam fiecare săptămână din acești ani, rar am scăpat de vreun scandal. După ce statul român n-a reușit să facă decât 3 spitale după 1989, vreo

300.000 de cetățeni s-au unit ca să construiască un spital de [30 de milioane de euro](#), oripilați de condițiile din sistemul de sănătate, mai șubred de la an la an. Vrem nu vrem, am contribuit, prin taxe și impozite, la Catedrala Mântuirii Neamului, ale cărei costuri au sărit de sute de milioane de euro. Implicarea civică devine mainstream: în 2021, comunitatea Declic numără aproape 900.000 de membri și a contabilizat până acum peste 70 de [victorii](#) în campaniile sale diverse. Forum Apulum a ajuns la mii de tineri cu educație civică în cei 4 ani de existență. Parcul Natural Văcărești există tot datorită implicării.

Toate turbulențele civice n-au făcut altceva decât să alimenteze brain drain-ul. Educația

pare și ea la pământ, decuplată de realități. Banii se cheltuie în continuare fără mare cap. N-am făcut mari progrese nici cu infrastructura de transport, fie el rutier sau [feroviar](#). Pandemia ne-a mai forțat să ne digitalizăm un pic. Bucureștiul e tot în paragină, aproape pericol public, gata să cadă la cutremur. Capitala suferă la cele elementare, de la apă caldă și căldură iarna.

Clivajele sociale parcă s-au adâncit și ele. Instituțiile tot nu se bucură de mare încredere în rândul cetățenilor. Tot Armata și Biserica-s [fruncea](#) (2020), iar Guvernul, Parlamentul și partidele coada

Context național

Deși corupția încă [lovește](#) la temelia instituțiilor (care funcționează greoi, atunci când o fac), pare că lupta anticorupție nu mai sucește atâtea capete ca-n 2015.

Nu degeaba ne urăm adesea „sănătate”: [cheltuim](#) cel mai puțin din UE în acest domeniu, oricum ne uităm (per capita sau procent din PIB). Bem alcool cu mult mai mult decât confrății europeni și suntem campioni la TBC. Speranța de viață e în creștere, dar rămâne printre cele mai scăzute din UE. 11% din români [sunt în afara](#) sistemului de asigurări de sănătate. Românii supraestimează ponderea anti-vacciniștilor: datele arată că intenția de vaccinare împotriva Covid-19 a [crescut](#) semnificativ, de la 29% în septembrie 2020, la 51% în februarie 2021.

Avem două Românii: una dinamică, alta neo-feudală (unde globalizarea nu a adus bani și investiții). **Economic** vorbind, disparitățile regionale s-au accentuat în ultimii 20 de ani, regiunea Nord-est fiind [de 14 ori mai săracă](#) decât București-Ilfov. Capitala are un PIB/capita mai mare decât Roma, Berlin, sau Viena, dar e o insulă într-o oază de sărăcie relativă. În 2019, doar 54% dintre gospodăriile din România [aveau canalizare](#). Și scorul GINI indică faptul că avem una dintre cele mai [inegale societăți](#) din UE. Economia e prognozată să crească în 2021 și 2022 mai mult decât media media UE, dar tot [va fi mai mică](#) decât scăderea de 5% din 2020. Proiecțiile nu iau în calcul impactul Next Generation UE, cel mai mare pachet de fonduri din istoria Uniunii.

Sporul demografic e în [scădere](#). **Tineretul** credincios (63% din total) valorizează căsătoria și se încruntă la homosexualitate și avort. Două treimi din tineri nu-s mulțumiți de atmosfera din școli

(critică lipsa de corectitudine și necorelarea cu piața muncii). 12,3% pare că stau degeaba (NEET), adică nu-s nici la școală, nici angajați (2018, eșantion 15-29 ani). Ce fac în timpul liber? Stau pe internet, dar se uită și la TV (telespectatorii tineri sunt în creștere, peste un sfert se uită mai mult de 4 ore zilnic la TV). Politic vorbind, par a fi de centru-dreapta. Sunt mai critici și mai neîncrezători cu democrația decât vecinii sud și est europeni, deci și cel mai puțin implicați în politică. Deși mai mult de jumătate din tineri [declară](#) că au o calitate a vieții bună, 41% intenționau să plece în afară pentru a lucra temporar.

Județele cu cel mai mare salariu net sunt și polii de creștere ai țării: Bucureștiul, Clujul, Timișul, România deține 33% din numărul total de [exploatații agricole](#) din UE - sunt cele mai multe din UE, dar și cele mai mici (3,5 ha/exploatație VS 16,6 media UE).

Context internațional

Aproape jumătate din europeni au vreun fel de legătură cu un ONG (donează, [voluntariază](#)). Top trei priorități pentru europeni sunt: sănătate publică și siguranță alimentară (57%), urmat de mediu, schimbări climatice, păduri și drepturile animalelor, apoi educație (33%)

Slavă cerului că suntem în UE. Comisia are [6 mari priorități](#) până în [2024](#):

Pactul verde european

(economie durabilă, fără emisii de gaze cu efect de seră până în 2050)

O economie în serviciul cetățenilor

(IMM-uri, uniunea monetară și a piețelor de capital)

O Europă pregătită pentru era digitală

(date, IA, securitate, conectivitate, competențe, supercomputing)

Promovarea modului nostru de viață european

(mecanismul pentru stat de drept)

O Europă mai puternică pe scena internațională

(strategie pentru Africa + Balcanii de Vest, mai aproape de UE)

Un nou elan pentru democrația europeană

(colaborare cu Parlamentul European pentru mai multă transparență și implicare)

După [MDGs](#) din anul 2000, ONU și-a propus 17 mari obiective (și 169 de ținte interconectate) de atins până în 2030 - [SDGs](#) = Sustainable Development Goals. Conceptul de **sustenabilitate** înseamnă dezvoltare economică, protecția mediului și incluziune socială. Agreate în urma unui amplu proces de consultare publică ce a durat trei ani, cele 17 obiective de dezvoltare durabilă cuprind principiul de a „nu lăsa pe nimeni în urmă”, plus 6 domenii de acțiune:

demnitate	oameni	prosperitate
planetă	justiție	parteneriate

Cuvinte mari, idealuri nobile, deloc ușor de implementat, dar nu imposibil, atâta timp cât există voință politică. Cifrele Barometrului de încredere Edelman ne spun că [56% dintre respondenți](#) sunt de părere că, așa cum există el astăzi, **capitalismul** face mai mult rău decât bine.

Suntem încă în epoca informațională, cu toate bubele ei, de la excesul informațional care generează *analysis paralysis*, până la [dezinformare](#). Ne pregătim de postumanism și transumanism: tehnologia ne va intra în corpuri (poate și-n suflete) și ne va duce în sejururi *all-inclusive* [în spațiu](#), de unde putem medita seren la [catastrofa climatică](#) la care vom contribui până când vom face o schimbare de paradigmă. Vom automatiza tot ce poate automatiza, vom vindeca tipuri de cancer, vom dezbate despre drepturile roboților, dar poate ne vom da seama că tehnologia, de una singură, nu e un panaceu: da, rezolvă probleme, dar și generează altele, noi. Poate amplifică atât ce e mai bun din umanitate, cât și ce e mai rău.

Să ne așteptăm la...

Ar fi ridicol să pretindem că putem intui viitorul, dar ar fi la fel de ridicol dacă nu ne-am implica pentru a-l duce mai aproape de cum ni-l imaginăm. Provocarea va fi să agreeăm asupra unei viziuni cât de cât comune. Nu de planuri de țară ducem lipsă (România Educată, România Competitivă), cât de politici care să implementeze aceste strategii.

Judecând după evenimentele majore ale ultimilor zece ani, putem cu siguranță să ne așteptăm la neașteptat, adică la șocuri regionale sau globale, cum au fost criza migranților sau Covid-19, dar și la la *disruption* în industrii diverse. Presa s-a schimbat fundamental (ne-am obișnuit ca informația să fie gratuită), la fel și felul în care comunicăm și ne organizăm (grație Facebook) sau cel în care ne mișcăm (grație Uber).

Poate că sub presiunea [crizei](#) în care se află, democrația [se va reinventa](#) un pic. Totuși, degeaba facem sistemele democratice mai echitabile, dacă nu mai avem o planetă de care ne putem bucura. Pare că știința și tehnologia o duc bine, chiar dacă în România finanțarea pentru inovație și cercetare e una redusă. Încercăm, așadar, câteva predicții pentru următorii opt ani:

Cultură: deși nu e susținută decât firav din fonduri publice, cinematografia va continua să fie un bun ambasador al României pe plan extern. Pe plan intern, evenimentele culturale vor reveni cu sete în peisajul post-pandemic, când oamenii vor aprecia mai mult calitatea interacțiunii offline.

Demografie: populația va crește, dar nu așa mult în România și Europa, unde mai degrabă va îmbătrâni. În țară, presiunea pe sistemul de pensii va fi extrem de mare, odată cu pensionarea decreteilor, coroborată cu sporul natural negativ, ce rezultă în mai puțini tineri angajați. Ne vom număra, cu ocazia recensământului din 2022.

Economie: o să fim pe creștere economică, dar disparitățile între regiuni se vor menține. Vom vedea din ce în ce mai multe business-uri care aplică principii ale economiei circulare. Ne vom apropia de îndeplinirea criteriilor de convergență pentru aderarea la zona euro. Start-up-urile vor fi un pic mai curajoase, pe măsură ce antreprenorul român prinde curaj, uitându-se la exemple de succes din jur.

Educație: dincolo de cea tradițională, de materiile de BAC, tineretul merită să știe cum funcționează lumea: de la educație civică și până la educație media, sanitară sau alimentară. Va crește accentul pus pe educația practică, iar materialele educaționale vor fi adaptate noilor medii. Sala de clasă devine caducă și se reinventează, la presiunea organizațiilor de tineret, care vor fi tot mai active.

Externe: posibil să fim acceptați în OECD. Vom menține parcursul pro-european, în pofida unui val de euro-scepticism prezent în destule state membre. Vom continua parteneriatul cu SUA și vom rămâne vigilenți la evoluțiile politice din est (Moldova, Ucraina, Rusia).

Justiție: vor mai fi condamnate nume sonore pentru fapte de justiție, însă cetățeanul de rând nu va avea o încredere sporită în actul de justiție. Instanțele se vor digitaliza treptat, și deci eficientiza. ANABI va începe să producă rezultate. Marile dosare, cele de interes public (10 august, Revoluție), vor trena în continuare.

Legislație: va fi o perioadă propice pentru dezbateri privind un cod electoral. Parlamentul își poate valorifica prerogativele de control asupra diverselor instituții, de la televiziunea publică până la SRI.

Mass media: televiziunea nu mai e „make or break” când vine vorba de câștigat alegeri. Presa independentă încă rezistă, ba chiar se consolidează, probabil vor apărea inițiative noi în plan local. Vine valul doi de infodemie, cu deep fakes, o să ne fie din ce în ce mai greu să ne dăm seama ce e real și ce nu.

Mediu înconjurător: vor ajunge la un tipping point subiecte ce țin de calitatea aerului (precum arderi și tăieri ilegale), dat fiind faptul că suntem în infringement pe mediu pentru calitatea aerului

în câteva orașe, că bucureștenii au devenit mai conștienți de sufocarea zilnică la care sunt expuși, grație senzorilor independenți sau că e în creștere mișcarea Fridays for Future. Agricultura regenerativă, sustenabilă, va cunoaște o ascensiune modestă.

Muncă: normalizarea telemuncii va genera politici în acest sens, căci nu [ne vom mai întoarce](#) în birouri precum o făceam înainte de pandemie. Vom avea o dezbatere serioasă, dar isterică, despre venitul minim garantat.

Politică: avem un respiro electoral de câțiva ani, timp în care putem construi temeinic sau ne putem da cu stângul în dreptul. Avem oportunitatea accesării unor fonduri europene considerabile, dar nu suntem singur că avem știința de a le lua și gestiona. După ce și-a arătat colții prin Europa, avem renașterea semi-spectaculoasă a unui filon naționalisto-populist și la noi, rămâne de văzut dacă se va evapora sau consolida. Avem, în continuare, o criză de leadership, dar și una de încredere, revelată de cei nereprezențați politic, care aleg să nu se prezinte la urne. Partidele vechi vor încerca reforma, vor apărea și formațiuni noi, se vor schimba guverne.

Politici: ne așteptăm în continuare la heurupism și corupție sistemică. Putem sprijini profesioniștii (experții) din instituții pentru a crește numărul de *data-driven decisions*.

Sănătate: spitalul Dăruiește Viață poate fi o rază de soare într-un peisaj sumbru, cu super-bacterii care colonizează clădiri îmbătrânite. Educația ar fi binevenită aici: pe de-o parte, personalul din sistem să fie încurajat să vorbească despre nereguli, pentru a putea fi corectat. Pe de altă parte, o populație sănătoasă este una care nu ajunge cu una, cu două la farmacie sau la spital, pentru că a deprins obiceiuri de viață mai sănătoase, de la alimentație până la sport. Sănătatea mintală va ajunge din ce în ce mai des în prim plan, acum că pandemia lasă și urme psihologice.

Transporturi: ne vom desăvârși visul de a avea autostrăzi care să treacă munții, doar ca să realizăm că suntem un pic anacronici. Și când realizăm, ne uităm și la combustibili alternativi, precum hidrogenul. Noi părți de țară vor fi legate, nu doar rutier, cât și aerian (aeroportul Brașov, poate și Tulcea). Va crește transportul alternativ, inclusiv cel electric.

În ce domenii putem contribui noi?

Cum, cu ce instrumente? Cui ne adresăm?

Pentru a operaționaliza activitățile, facem distincția între:

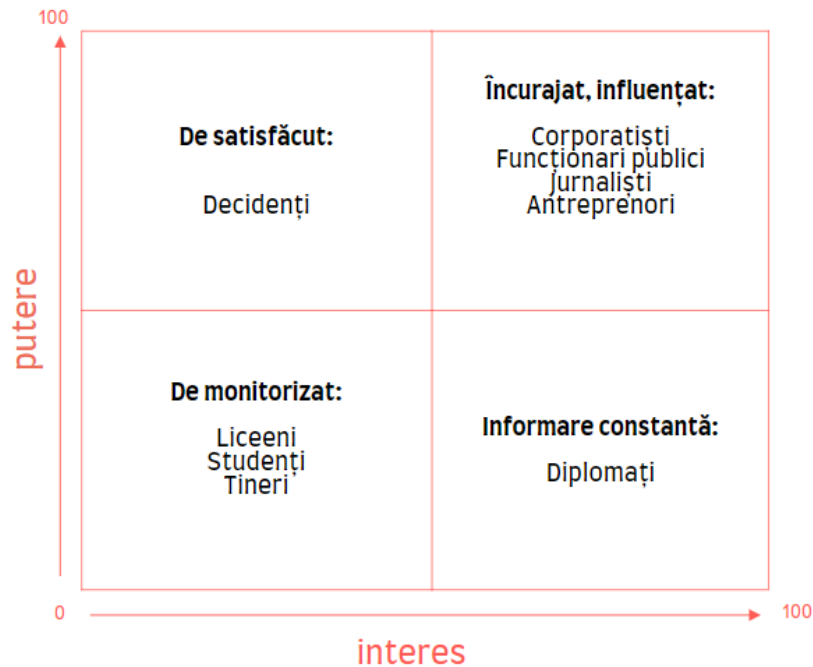
Tematici	Instrumente	Principii
 = domeniile noastre de interes, cu sub-domeniile aferente	 = proiecte sau produse de diverse tipuri prin care intervenim în  tematici	 = felul în care ne folosim de  instrumente
Educație Justiție Finanțe Administrație publică Drepturile omului Mediu înconjurător	<u>Tipuri de instrumente</u> Participare Comunicare Creație Educaționale	Transparență Integritate Competență Eficiență Dezvoltare sustenabilă Solidaritate

Proiecte vs produse:

Pentru mai multă claritate, diferențiem acum între proiecte și produse.

	DEFINIȚIE	EXEMPLU
Proiecte	Finanțate prin grant-uri, crowdfunding, sponsorizări sau resurse proprii, puse cap la cap vor fi complementare în ansamblul lor, în vederea realizării acestei strategii. Pot fi punctuale (un an, o lună) sau permanente (ex: Factual). Pot fi active sau închise.	Bani Publici Record Onorată Instanță Piața de Șpagă Mari Corupți Politică fără Bariere
Produse	Se pot subsuma proiectelor, pot fi independente sau transversale, se pot refolosi sau reșapa.	De Gardă Infografice Training-uri Analize Evenimente

Stakeholder mapping

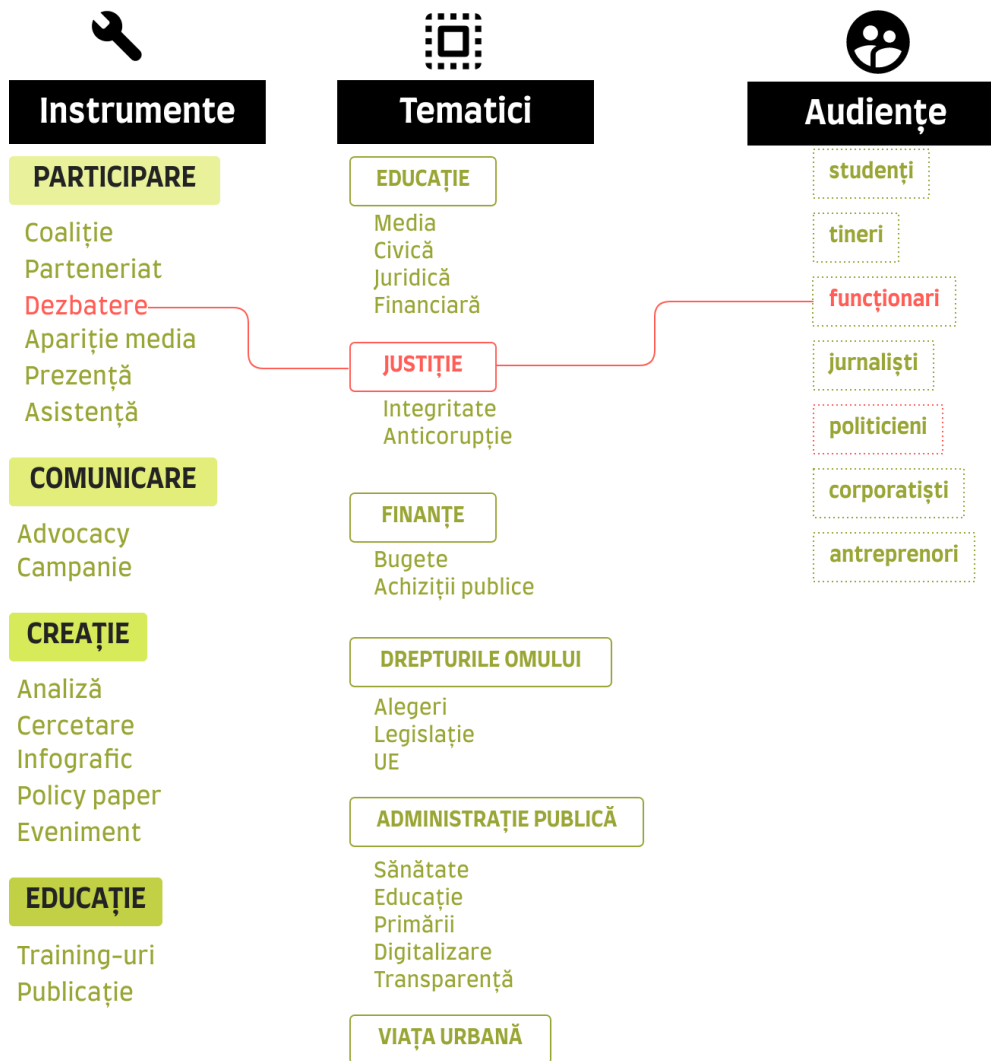


Matricea de cartografiere a stakeholderilor externi are ca scop de a lista toate grupurile care pot influența viitorul Funky Citizens. Axa orizontală definește influența sau puterea acestora (de la mică la mare), iar axa verticală interesul acestora vizavi de asociație. Astfel, reies 4 cadrane:

- Cei puternici, foarte interesați (vor fi gestionați îndeaproape, încurajați și influențați)
- Cei cu putere mare, dar interes mai mic (păstrați mulțumiți)
- Cei cu putere redusă, dar foarte interesați (vor fi informați constant)
- Putere mică, oameni mai puțin interesați (vor fi monitorizați)

Tradițional, proiectele noastre au ajuns cu precădere la *low hanging fruits*, tineri adulți middle class din urbanul mare. Avem o bună reputație în rândul colegilor de breaslă grație expertizei punctuale pe zona de comunicare/advocacy, administrație publică și bani publici.

Având această taxonomie funcțională (instrumente / tematici / stakeholderi / principii), putem gândi acțiuni concrete prin a combina câte un item din fiecare coloană. Altfel spus, contextual vorbind, care e cel mai potrivit instrument pentru audiența aleasă în tematica respectivă? De exemplu, dacă contextul e de așa natură, putem concluziona că instrumentul **apariției media** (utilizat la timp) poate fi o bună intervenție în domeniul **justiție** pentru a ajunge la urechile unei audiențe precum **politicienii**.



Detaliiere

Tematici și subdomenii

Educație ≥ media, civică, juridică, financiară

Justiție ≥ integritate, anticorupție, avertizori

Finanțe ≥ bugete, achiziții publice

Administrație publică ≥ sănătate, educație, primării, digitalizare, transparență

Drepturile omului ≥ alegeri, legislație, UE

Viața urbană

Principii de lucru

Este important să dăm chiar noi dovadă, din concepția și implementarea proiectelor / produselor, de principiile și valorile pe care le căutăm în societatea pe care vrem să o schimbăm.

Transparență > comunicăm onest, din timp, publicăm din oficiu, anual, rapoarte narative și bilanțuri fiscale, precum și sursele de finanțare ale fiecărui proiect / produs (unde este cazul). Suntem abordabili, ca membri ai echipei, în măsura timpului disponibil.

Integritate > vom evita conflictele de interese, vom accepta finanțări doar din surse transparente și demne de încredere, care să nu ne condiționeze în vreun fel activitatea de obținerea finanțării. Vom respecta cu strictețe legea și vom protesta atunci când o considerăm injustă.

Competență > nu facem lucrurile de mântuială, nu le fușterim. Livrăm ce ne-am asumat în deadline-ul agreat sau, dacă nu o putem face, anunțăm din timp, ca să nu încurcăm coechipierii și colaboratorii. Suntem curioși și ne profesionalizăm constant, căutăm să avem aptitudini și cunoștințe diverse. Promovăm interdisciplinaritatea, suntem deschiși noului și ne dăm voie să ne regândim deciziile regulat..

Eficiență > impact cât mai bun cu resurse cât mai puține consumate. Vom căuta parteneriate pentru a crește impactul pe cât posibil, vom folosi cu chibzuință timpul disponibil și vom construi proiecte viitoare din produse existente sau din adaptarea acestora din urmă. Poate roata nu trebuie reinventată, ci doar anvelopată și montată în locul potrivit.

Dezvoltare sustenabilă > nu creștem cu orice preț. Prețuim sănătatea fizică și psihică a echipei, de aceea avem un echilibru între viața personală și cea profesională. Cea din urmă trebuie să ne aducă și satisfacții, așa că încurajăm intraprenoriatul și dezvoltarea de proiecte personale, de suflet. Ocrotim și mediul înconjurător și suntem responsabili când vine vorba de folosirea resurselor. Reciclăm. Căutăm granturi organizaționale sau donații recurente, care să ne asigure un confort financiar la umbra căruia să putem lucra liniștiți.

Solidaritate > ieșim din bulă și pompăm aer și în alte locuri, atunci când e nevoie de amplificare, în măsura timpului disponibil.

Echilibru > ne-am consacrat prin agilitate, însă am învățat că uneori e mai bine să așteptăm un context favorabil pentru a ne susține cauzele în care facem advocacy. La fel, contează și echilibrul dintre viața profesională și viața personală, căci alergăm la maraton, nu sprintăm.

Planul

Miza e să vedem cum putem avea, cât mai eficient, un impact cât mai mare în societate (adică să ajungem mai aproape de viziunea noastră, aceea de a crește gradul de participare cetățenească a românului). Altfel spus, care e cel mai frumos castel pe care-l putem construi pe bucățica noastră de plajă, cu scoicile și nisipul din imediata noastră apropiere?

Asocieri dorite

Funky **catalizatorul** = locul implicit în care ajungi atunci când vrei să începi să te implici

Funky **promotorul** = advocacy punctual pentru data driven policies și educație civică

Detaliiere

Strategia 2014-2020 a inclus patru direcții strategice care, luate împreună, nu ajutau la o ultra-focalizare a unor direcții de activitate. Ele se ocupau de bani publici (ceva transversal), de instituții (sunt atâtea în România), de orașe (o direcție deseori uitată) și constelația proiectelor *funky* (categoria *misc*). Faptul că activitatea organizației era una relativ **largă și permisivă** într-o lume care prosperă din nișare poate fi văzut și ca un aspect pozitiv, dacă știm cum să-l gestionăm. De pildă, merită reținut ce a spus un antreprenor într-unul din interviurile preliminare pentru a realiza această strategie: „nu știu ce face Funky în sine, dar știu proiecte făcute de Funky”. Se întrevede, așadar, oportunitatea ca Funky Citizens să devină o bună patalama de aplicat pe proiecte diverse (un soi de francizare), care activează multiple micro-comunități, dar care au totuși un larg numitor comun, anume tematicile și principiile enunțate în această strategie.

Pe lângă această relativă larghețe a activităților, alt atribut cu care organizația a fost asociată frecvent este **agilitatea**, adică abilitatea de a avea un răspuns rapid. Deși admitem că este naturală pentru firea organizației și utilă, inclusiv ca bun element diferențiator, agilitatea este o tactică reactivă, deci merită amplificată și latura opusă, cea proactivă.

CONSOLIDĂM educația civică și expertiza pe bugete	INCUBĂM proiecte conexe și mergem în zone noi
Avem două domenii cu care suntem asociați cu predilecție: educația civică făcută accesibilă și la timp + expertiza pe bugete și bani publici. Aceste două domenii trebuiesc scalate și făcute sustenabile. După ani în care am pilotat concepte și formate, se simte nevoia unor proiecte educaționale mai substanțiale, al căror impact se va vedea pe termen lung. De departe educația a reieșit ca fiind domeniul cel mai adesea menționat de participanții la interviurile premergătoare realizării acestei strategii¹. Merită și să continuăm alfabetizarea fiscal-bugetară. <u>Obiective specifice:</u> ➔ Să ajungem la oameni noi cu educația civică și expertiza pe bugete (inclusiv decidenți sau tineri). ➔ Să consolidăm un program susținut de educație civică. ➔ Să creștem capacitatea de advocacy a constituency-ului prin a-i ajuta pe oameni cu know-how despre cum să atragă resurse și să comunice mai bine.	Funky Galaxy, categoria de tip „diverse” din strategia precedentă, are potențial de a fi un bun incubator și centru de resurse. Prin deschiderea platformei instituționale către cetățeni creativi și activi, cărora le facilităm participarea (așa cum prevede și misiunea noastră), vom spori influența Funky Citizens (prin creșterea cantitativă a constituency-ului) și vom putea avea mai multă putere în campaniile de advocacy. Păstrăm, deci, ideea de <i>funky galaxy</i>, pentru cei ce ne conving că merită. Trebuie să lucrăm în comunități mai mici, să mergem inclusiv în plan local, unde ne putem parteneria cu autorități și cetățeni pentru a da exemple de bună practică. <u>Obiective specifice:</u> ● Oferirea de servicii în 7 alte localități din țară. ● Consolidarea de filiale Funky în 3 orașe din țară. ● Devenim mai eco-friendly. ● Consolidăm dimensiunea europeană a asociației, prin advocacy specific și prezență constantă în Europa Centrală și de Est, comunicată periodic.

¹ Topul domeniilor, în funcție de frecvența menționării:

9 mențiuni: educație;

5 mențiuni: plan local (inclusiv community building), mediu;

3 mențiuni: watchdog, jurnalism, subiecte de stanga, naționalism, fight mass depression, criza economică, lipsa de încredere în institutii (și în societatea civilă);

2 mențiuni: psihologie, sănătate, advocacy autorități (și partide), transparență, supraviețuire, clivaje (conservatori vs progresiști, etc.);

o mențiune: populism, extremism, extindere pe alte canale, bună guvernare, anticorupție, digitalizare, echidistanță (parteneriate diverse cu partide politice)

NE ORGANIZĂM • Consolidăm demersurile care au fost cele mai de impact prin a le asigura sustenabilitatea și independența. • Lucrăm mai eficient, gândim lucrurile mai din timp și suntem realiști cu timpul nostru. • Lucrăm mai conectați cu mersul societății. Rămânem în continuare și un watchdog. <u>Obiective specifice:</u> • Decuplăm proiectele editoriale de vehiculul nostru organizațional. • Menținem flexibilitatea modului de lucru (nu trebuie să lucrăm non-stop), cu accent pe importanța livrării task-urilor asumate la timp	PROMOVĂM (ADVOCACY): • Rafinăm și propovăduim metoda noastră -- date+comunicare+advocacy • Călcăm mai tare pedala de <i>data driven policies</i>, • Cerem digitalizare și e-guvernare pe bune, prin dezvoltarea infrastructurii instituțiilor, inclusiv interoperabilitatea bazelor de date. <u>Obiective specifice:</u> • O campanie model de politici publice bazate pe date • O campanie punctuală de debirocratizare prin digitalizare realizată cu succes
MONETIZĂM Creăm produse pentru constituency, pe care le comercializăm, pentru sustenabilitate. Monetizăm aptitudinile și cunoștințele echipei, pentru a valorifica mai bine gama noastră de servicii: • Data intelligence, analize, fact-sheets • Campanii de promovare și advocacy • Community organizing și management • Monitorizare media, legislație • Training-uri • Consultanță, gândire strategică • Public speaking <u>Obiective specifice:</u> → Peste 15% din veniturile anuale să vină din circuitul economic, din oferirea de servicii care să susțină organizația (ex: livrare de training-uri pe bugete sau civism)	

Referințe

[Global trends to 2030](#)

[Future of Europe Survey](#)

[Civic Engagement Eurobarometer \(feb 2020\)](#)

[PopRebel](#)

[Studiu despre tinerii din Romania \(2018/2019\)](#)

[Eurostat Regional Yearbook 2020](#)