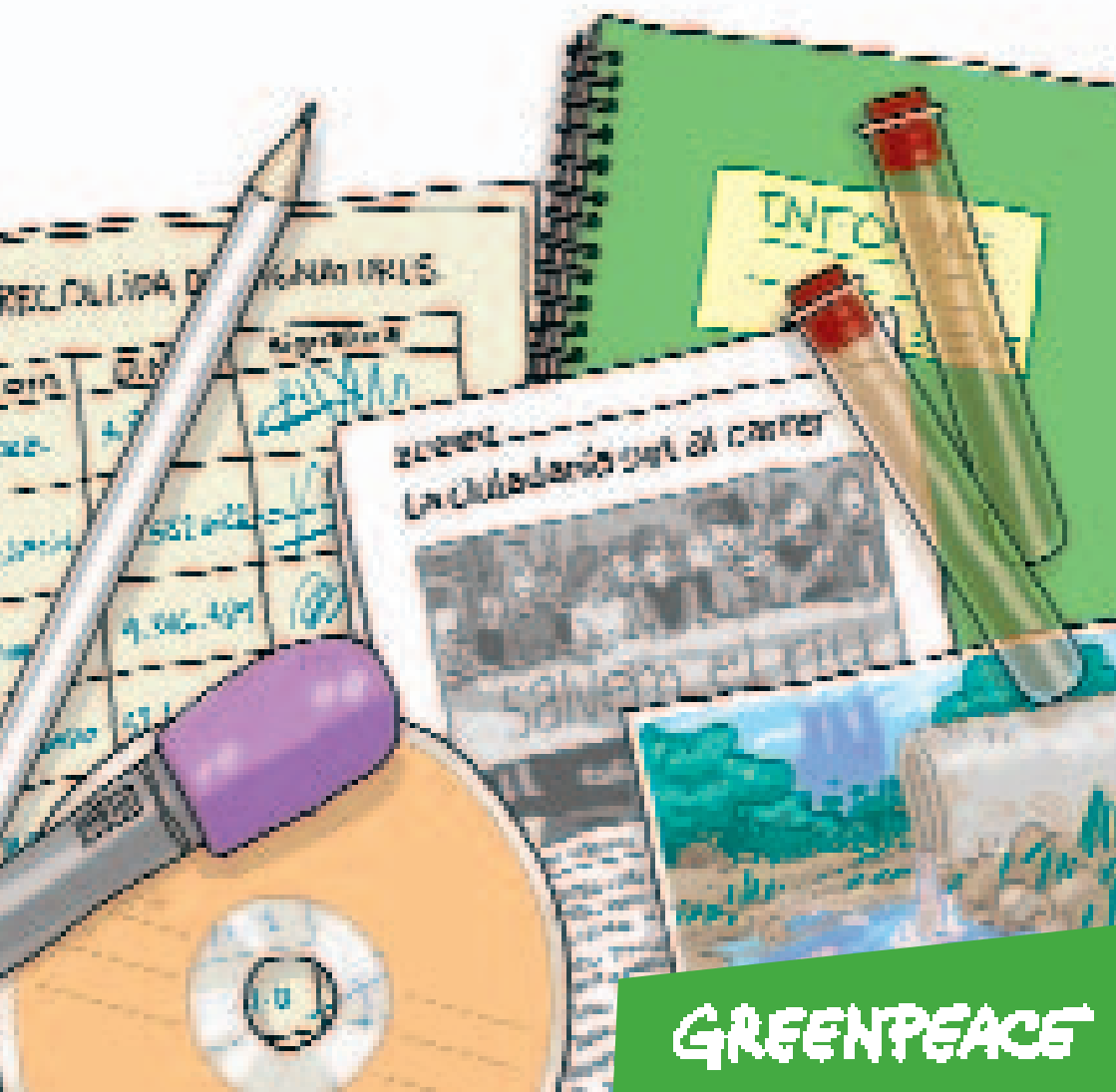


Campanyes en defensa
del medi ambient

Una guia per a passar a l'acció



GREENPEACE

Editada per:

Greenpeace Espanya. Gener, 2005

Coordinació:

Alicia Cantero

Autors:

Alicia Cantero, Paloma Colmenarejo, Eva Hernández,
Raquel Montón

Han col·laborat en l'elaboració d'aquesta guia:

Meritxell Bennasar
Carlos Bravo
Maria José Caballero
Julián Carranza
M^a Jesús Calzón
Juan Felipe Carrasco
Alejandro Eiras
Luis Ferreirim
José Luis Garcia
José Manuel Marraco
Rebeca Porras
Mario Rodríguez
M^a Luisa Toribio
Asensio Rodríguez

Agraïments:

Cesar Castaño, Juan de Dios Fernández,
Philippe Cazanave

Adaptació de textos, disseny i maquetació:

punto & coma

Revisió d'estil:

Laura Pérez, *punto & coma*

Il·lustracions:

José A. Calvo

Traducció i adaptació al català:

Jorgina Pequera

Revisió de la traducció:

Joan B Pujadas

**Aquesta guia està disponible en versió
digital a la web de Greenpeace:
www.greenpeace.es**

ÍNDEX

Presentació	5
Què significa fer una campanya?	6
Les bases d'una campanya	7
L'objectiu	8
L'estratègia	9
1. Conèixer el problema detalladament	9
2. Analitzar la informació	15
3. Establir prioritats	16
4. Definir línies d'actuació	17
Planificar i programar les activitats	18
No oblideu!	22
L'avaluació : aprendre de l'experiència	23
Recapitem	24
La nostra campanya en marxa	25
Fer arribar les nostres demandes als responsables	26
Implicar altres col·lectius	28
Aconseguir el suport de la ciutadania	30
1. Targetes postals	31
2. Correu electrònic	32
3. Fulls de signatures	33
Transmetre el nostre missatge al carrer	36
1. Xerrades, conferències i col·loquis.	36
2. Taules informatives	38
3. Demostracions, marxas i manifestacions	40
La pressió política, econòmica, social: el treball de lobby	44

Material informatiu46
1. Definir les nostres necessitats47
2. Escollir els suports51
3. Materials que convidin a la lectura52
A la xarxa54
El treball amb els mitjans de comunicació57
1. El comunicat de premsa59
2. L'entrevista62
3. La roda de premsa67
4. Les imatges71
No oblideu!72
La via legal73
1. Dret d'Accés a la Informació Ambiental75
2. L'Avaluació d'Impacte Ambiental: com participar-hi84
3. La Iniciativa Legislativa Popular92
4. Denúncies, querelles i queixes97
5. Com accedir a la Legislació Ambiental: webs d'interès110
Annex: Com crear una Associació113
Què és115
Com constituir-la116
Els Estatuts117
Òrgans d'una Associació119
Funcionament120
Utilitat Pública123
Algunes qüestions sobre finançament.125

Presentació

Tenir cura del medi ambient és responsabilitat de tots i totes. Acabar amb els vessaments d'una fàbrica, acabar amb els fums nocius d'una indústria o impedir la realització d'un projecte que perjudiqui el nostre entorn, són raons més que suficients perquè ens organitzem i decidim actuar.

Amb aquesta guia pretenem orientar aquelles persones que vulguin assumir aquesta responsabilitat. El nostre propòsit no és explicar com "fa campanyes" Greenpeace, sinó proporcionar una eina perquè cada persona o col·lectiu reculli allò que li sigui d'utilitat i ho adapti a les seves circumstàncies.

La guia es divideix en dos capítols. En el primer capítol, **Les bases d'una campanya** ens centrem en les passes necessàries per a preparar una campanya de manera eficaç. En el segon, **La nostra campanya en marxa**, fem un recorregut per alguna de les activitats més habituals en el desenvolupament d'una campanya.

Per altra banda, potser ja existeixen associacions que treballen sobre el problema que ens preocupa, ens hi podem sumar, però també en podem crear una de nova. Pensant en aquesta segona opció, hem inclòs un **Annex sobre les passes que cal seguir per crear una Associació**, els òrgans que la formen i els aspectes legals del seu funcionament i el seu finançament.

En diferents apartats de la guia oferim **direccions web** que us poden interessar.

Confiam que us sigui útil i us animem a participar activament en la defensa del medi ambient.

Per què una guia?

Què podeu trobar-hi?

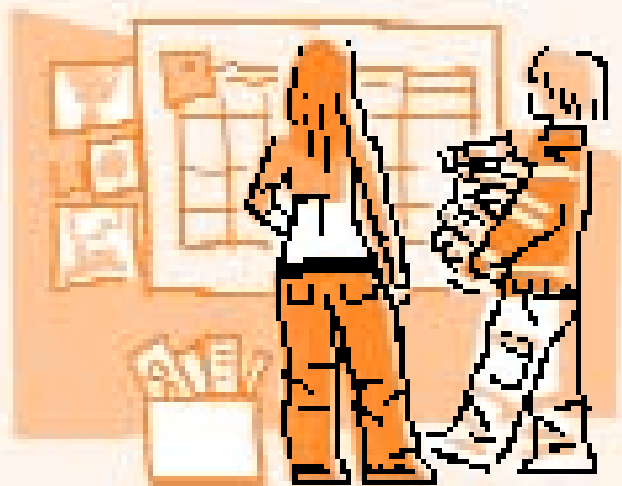
Què significa fer campanya?

Endegar una campanya va més enllà de l'organització d'un conjunt d'activitats per aconseguir un objectiu. **Una campanya implica:**

- un temps de **preparació i planificació**.
- treball en **equip**.
- un **compromís** per aconseguir un canvi real.
- la **participació de la societat**, que només es farà realitat si hi ha motivació. Per a això hem d'informar del problema i de les seves conseqüències, hem de demostrar que existeix una solució i que és possible aconseguir-la, i hem de proposar maneres concretes de participar.
- **simplificar allò que és complex i transmetre-ho de manera clara** i senzilla. Encara que la realitat sigui complexa la campanya mai ho ha d'ésser.
- a més d'un **treball tècnic**, molta **creativitat** i molta **flexibilitat**.

Tot això acompanyat de grans dosis de determinació, d'entusiasme i de paciència, perquè desenvolupar una campanya no és una tasca fàcil, però és possible, i, a més, es pot guanyar.

Una campanya és molt més que un conjunt d'activitats



Les bases d'una campanya

Les **claus de l'èxit** d'una campanya són:

- tenir l'**objectiu** clar.
- dissenyar una **estratègia** per aconseguir-ho.
- **planificar i programar** les activitats que realitzarem.

En aquest primer capítol tractarem de tots aquests aspectes necessaris per a articular una campanya.

L'objectiu

Hem de definir l'objectiu amb precisió

I ésser realistes, preguntant-nos:

- Quins recursos tenim?
- Quins terminis són raonables?

Per començar, hem de **tenir clar l'objectiu** que cal aconseguir. Encara que pugui semblar evident, és fonamental tenir-lo definit. És imprescindible que totes les persones del grup el coneguin i el comparteixin. **Com més clar sigui i major la quantitat de persones i institucions que el recolzin, majors seran les possibilitats d'èxit.**

Per a això s'ha **d'identificar el problema i explicar clarament què volem fer, per què i per a què**. Per exemple, si una comunitat està afectada per la contaminació d'un riu, el més lògic seria que l'objectiu fos eradicar-la. **PER QUÈ?** Perquè afecta l'ecosistema i la salut de les persones. **PER A QUÈ?** Per mantenir el riu en bones condicions ambientals i socials de manera que millori la qualitat ambiental i el benestar social.

És fonamental **enunciar de manera clara, concisa i senzilla el nostre objectiu, marcant terminis que puguem complir i essent realistes en l'estimació dels recursos disponibles** (humans i materials). En el nostre exemple, pretendre salvar el riu és només un desig, però eradicar les activitats destructives o contaminants sobre el riu al seu pas per la nostra localitat en el termini de deu anys, és un objectiu clar i real.

No hem d'oblidar que allò que no és bo per a nosaltres, tampoc ho és per a altres persones en un altre lloc. És a dir, **l'objectiu no és traslladar el problema, per exemple, que es porti una indústria contaminant a una altra població.**

Quan el nostre objectiu general sigui ampli (eradicar les activitats destructives i contaminants) **hem de desglossar-lo en objectius específics** (depurar les aigües residuals, acabar amb els vessaments

d'una indústria, evitar la contaminació produïda per l'agricultura intensiva...) **i establir prioritats**. Però això ja és part de la nostra estratègia.

Si l'objectiu és ampli, establirem prioritats.

L'estratègia

Per aconseguir el nostre objectiu, el primer que farem serà **dissenyar una estratègia**. Idear una estratègia significa conèixer la situació actual i tenir una visió sobre el futur, ja que no es pot decidir sense saber on es vol arribar. Per fer això hem de començar per **recopilar tota la informació possible, per analitzar-la després, establir les nostres prioritats, marcar les línies d'actuació** que endegarem, i per últim, **concretar la nostra estratègia amb la planificació i la programació de les activitats que realitzarem**.

Veurem a continuació cadascun d'aquests punts.

1. Conèixer el problema

El primer pas és tenir clara la situació de partida, ja que és necessari conèixer la realitat per poder transformar-la. Saber on som, per després plantejar on volem arribar i com podem fer-ho. I no oblidem que si hi ha algú que ja està treballant el problema serà més efectiu unir-hi les nostres forces.

Per dissenyar una estratègia necessitem:

- conèixer bé el problema
- analitzar tota la informació
- establir prioritats
- definir línies d'actuació

Per conèixer el problema, ens hem de fixar en:

- les seves causes

- qui en són els responsables

- quins són els nostres possibles aliats

- quines actuacions podem prendre

Una bona informació serà determinant per a l'èxit de la nostra campanya:

- Ens ajudarà a comprendre millor el problema sobre el qual treballarem.
- Ens permetrà identificar responsables i possibles aliats.
- Ens ajudarà a identificar oportunitats i a prioritzar les nostres actuacions.
- Ens servirà per donar a conèixer el contingut de la campanya, tant al públic com als mitjans de comunicació.

⊙ Busquem informació:

la informació ha d'ésser **objectiva i contrastable**. D'això depèn la nostra credibilitat. Si disposem d'informació que no és fiable, no hem d'utilitzar-la.

Són moltes les **fonts d'informació** que podem emprar. N'esmentarem algunes:

- **Notícies** publicades pels mitjans de comunicació com la premsa, la ràdio, mitjans digitals, etc. És necessari contrastar aquesta informació.
- **Informes científics, estudis d'opinió, etc.**, elaborats per universitats, organismes públics o privats, organitzacions, centres de documentació, etc.
- **Informes tècnics ambientals**. Tots els ciutadans i totes les ciutadanes tenim dret d'accés a la informació ambiental. **L'administració, ja sigui la central, l'autonòmica o la local, està obligada a oferir-nos la informació tècnica de la qual disposin**. Aquesta via pot ésser una bona font d'informació sobre aspectes ambientals diversos

com l'estat de l'aigua o l'estat del sòl; sobre les mides de protecció que s'estan duent a terme a la zona, etc. (**Podem ampliar aquesta informació consultant l'apartat: *La Via Legal: Dret d'Accés a la Informació Ambiental***).

- **Procediment d'Avaluació d'Impacte Ambiental (AIA).** En el cas d'un projecte que encara no s'ha dut a terme, la manera més fàcil d'obtenir tota la informació serà participant en el procés legal establert per l'Administració, ja que molts dels projectes que afecten al medi ambient han d'ésser sotmesos a una Avaluació d'Impacte Ambiental.

El procés consta d'una sèrie de passes que inclouen la participació ciutadana, i per això es posa a disposició de tothom que hi estigui interessat el projecte en la seva totalitat. (**A l'apartat *La Via Legal: L'Avaluació d'Impacte Ambiental*, hi podem trobar informació sobre el procediment**).

- **Documentació sobre el terreny.** Abans o després de l'execució del projecte és important disposar de la informació recollida sobre el terreny. Aquesta informació pot tenir moltes aplicacions, pot ser de caràcter informatiu, testimonial, de divulgació, proves per a una denúncia. En cada cas hem de valorar la manera d'obtenir-la, ja que d'això depèn la seva idoneïtat per a l'ús que puguem donar-li posteriorment.
 - › **Informació gràfica** com fotografies, gravacions de vídeo d'una part de riu que serà o està essent contaminat per una indústria. Presa d'imatges d'animals morts, bidons abandonats, etc., o si encara és un projecte, documentar l'estat inicial abans que es produeixi l'impacte. És fonamental que hi consti la data.

Podem disposar de moltes fonts d'informació:

- notícies
- informes
- procediment d'Avaluació d'Impacte Ambiental
- documentació sobre el terreny (informació gràfica, presa de mostres, recollida de dades, testimonis....)
- eines legals

- › **Preses de mostres per a la seva anàlisi.** L'experiència indica que sense la presència del Servei de Protecció de la Natura de la Guàrdia Civil (SEPRO-NA), la presa de mostres i el resultat de la seva anàlisi no tenen validesa en una denúncia (una altra cosa és el valor testimonial d'aquestes proves). Si prenem nosaltres la mostra serà imprescindible **consultar a un organisme expert** (una universitat, per exemple) el protocol que hem de seguir per tal que la nostra salut no corri riscos i que les mostres no s'alterin i, per tant, no es perdin. També ens podran orientar sobre qui pot realitzar les anàlisis i elaborar unes conclusions científiques.
- › **Recollida de dades.** La freqüència dels vessaments d'una indústria, la informació recollida a les etiquetes de determinats productes, la densitat del trànsit en un determinat lloc, etc., poden ser dades molt útils. Aquests són alguns exemples de la informació que podem recollir per tenir referències, per poder constatar o quantificar una informació, o per analitzar una situació, entre altres coses.
- › **Testimonis de la gent del lloc.** Podran donar-nos informació d'interès, i sobretot ens ajudaran a comprendre els diferents punts de vista enfront del mateix problema. Si volem utilitzar els testimonis posteriorment a la nostra campanya, no podem oblidar dades fonamentals com el nom de la persona i la seva relació amb el problema que estem documentant.
- **Eines legals.** És fonamental que ens informem sobre les eines legals de què disposem: bans municipals, legislació autonòmica, estatal o comunitària, que puguin recollir la situació a la qual ens enfrontem, o establir la protecció dels

espais naturals que pretenem defensar o de les seves espècies, o establir nivells d'emissió, vessament, etc.

© **Consultem amb tècnics i experts:**

Molts cops els temes als quals ens enfrontem seran complicats des del punt de vista tècnic o legal. Per això hem de consultar a tècnics i experts que podrem trobar a facultats, instituts d'investigació, centres d'estudis, ONGs. També ens podem adreçar als propis tècnics de l'Administració si tenim dubtes sobre la vigència d'una llei, les llimbes de certs contaminants, la figura de protecció per a un espai o espècie. **Tenim el dret de preguntar i l'Administració té l'obligació de respondre.**

Mitjançant aquestes consultes, és molt probable que anem entrant en contacte amb persones que tinguin inquietuds i coneixements ambientals, i que puguin convertir-se en veritables aliats.

És important mantenir contacte amb representants del mon acadèmic, que podran assessorar-nos tècnicament sobre molts aspectes i en alguns casos ésser abandonats de la nostra causa.

Resulta molt útil fer una posada en comú sobre coneguts o contactes d'interès i que s'elabori una llista amb tots ells.

En darrer lloc, nosaltres mateixos ens hem de convertir, tant com sigui possible, en "experts" en el tema que estem tractant. **Internet és una font d'informació constant que pot solucionar-nos molts dubtes en poc temps.**

La credibilitat de la nostra campanya requereix un bon coneixement tècnic del problema.

⊙ **Esbrinem qui té responsabilitats en el tema:**

Hem d'identificar els responsables del projecte o situació que ha motivat la nostra campanya, sigui a l'Administració o al sector privat. **Ens permetrà saber a qui hem de dirigir les nostres demandes.**

En la majoria dels casos **trobarem responsables a diferents nivells**. Per una banda el promotor del projecte o el causant del mal, que pot ser públic (un ajuntament, per exemple) o privat (una empresa). Per altra banda, els organismes de l'Administració que han de donar el vistiplau des del punt de vista ambiental i atorgar les llicències, així com realitzar controls i fer complir les lleis.

Si continuem amb l'exemple del riu contaminat, podríem identificar diversos responsables: la indústria que produeix la contaminació, la Conselleria de Medi Ambient de l'Ajuntament, les Conselleries de Medi Ambient i Indústria que han tramitat les llicències d'aquesta empresa i que han de controlar els seus vessaments, i l'Administració de l'Estat mitjançant la Confederació Hidrogràfica corresponent, per no haver identificat i controlat el problema.

- **En el cas de l'Administració:** és necessari saber **quins organismes o departaments tenen competències. La mateixa Administració té el deure d'informar-nos**. Hi ha ocasions en què es pot donar la confluència de competències de les diferents administracions sobre un mateix tema.
- **En el cas de les empreses: hem de conèixer totes les dades possibles**, nom i adreça; propietaris i integrants de la seva Junta Directiva; si es tracta d'una empresa matriu o ans al contrari pertany a un grup empresarial o és una filial; àmbit d'actuació i importància de l'empresa a

Trobarem dos nivells de responsabilitat:

- **Responsables del projecte, la indústria o l'activitat objecte de la nostra campanya.**

- **Responsables de concedir les autoritzacions o de garantir el compliment de la legislació.**

l'activitat econòmica de la zona; nombre de treballadors; trajectòria de l'empresa (administrativa, ètica, compliment de normativa ambiental i laboral, si ha protagonitzat altres casos de contaminació a altres llocs / països...); productes que fabrica, quantitat i destí; per a quins mercats; matèries primes que utilitza, la seva procedència, tipus i quantitat, etc.

Existeixen moltes maneres d'obtenir aquesta informació, ja sigui mitjançant la pròpia Administració (Ministeri i Conselleries d'Indústria, Cambra de Comerç), publicacions sobre economia i empreses o Internet. Per a qüestions més concretes molts cops s'haurà de dirigir a la pròpia companyia.

2. Analitzar la informació

Un cop recopilada tota la informació necessària, és fonamental analitzar-la amb calma. La primera norma és no donar res per segur. **Ordenar i analitzar tota la informació tractant de no passar res per alt, ens ajudarà a conèixer d'una manera detallada el problema i pensar la manera més eficaç d'abordar-lo.** Involucrar els diferents membres de l'Associació enriqueirà l'anàlisi amb els seus diferents punts de vista.

Després de l'anàlisi hem de poder desglossar el nostre objectiu general en diferents objectius específics. Per exemple, en el cas de defensar un riu, l'objectiu general "eradicar les activitats destructives o contaminants sobre el riu al seu pas per la nostra localitat en el termini de deu anys" es desglossarà en diferents objectius específics: evitar la contaminació produïda per l'agricultura intensiva, impedir la destrossa que originen les gravares que exploten

És important no passar res per alt.

L'anàlisi ens conduirà a desglossar el nostre objectiu general en objectius específics.

els àrids de les seves ribes, acabar amb el vessament d'una indústria, impedir la construcció d'una presa, etc.

3. Establir prioritats

Després
haurem de
posar per ordre
de prioritats
els objectius
específics,
en funció de la
seva contribució
al problema.

Un cop determinats els objectius específics hem d'establir quines són les prioritats, aquestes es determinen basant-se en les relacions entre els objectius específics i la seva contribució a l'augment de la gravetat del problema. Continuant amb el nostre exemple, de tots els problemes detallats, el projecte de construcció d'una gran presa probablement sigui la major amenaça que afronta el nostre riu, i podria ser fonamental evitar la construcció de la presa, ja que la destrucció que generaria sobre el riu és possiblement la de major dimensió. Encara més, la seva construcció incrementaria el trànsit rodat, possiblement la contaminació del riu, i probablement fomentaria una expansió de l'agricultura intensiva. Centraríem, per tant, la nostra campanya a impedir que es construeixi la presa.

4. Definir línies d'actuació

Un cop analitzada la situació i establertes les nostres prioritats, és hora de pensar quines línies d'actuació podem posar en marxa. Segons els casos podem **pensar diferents línies d'actuació** que poden ser complementàries o excloents, com **difondre la campanya** a la societat per aconseguir suports, **influir a àmbits de govern, exercir pressió sobre els qui financen un projecte** negatiu per al medi ambient, etc.

Seguint amb el nostre exemple, la construcció d'una presa, l'estat de tramitació del mateix ens indicarà les nostres primeres passes per tractar d'influir en el procediment d'Avaluació d'Impacte Ambiental o en la concessió de les autoritzacions necessàries. En altres casos haurem de començar per donar a conèixer el problema, o si ja existeix una oposició social podem recolzar-la amb accions al carrer que intensifiquin la pressió.

Definir les nostres línies d'actuació, ens ajudarà a seleccionar les activitats concretes que endegarem.

Planificar i programar les activitats

Un cop definides les línies d'actuació que seguirem, és el moment de plantejar-nos **quines activitats** realitzarem, **de quins mitjans** –humans i materials- disposem, quin serà el **lloc més apropiat** per a cadascuna d'elles i el **moment més oportú** per obtenir els resultats esperats. **És a dir, concretarem la nostra estratègia.**

☉ Què cal fer?

Arribats a aquest punt, necessitem estimular el pensament creatiu. Tant per desenvolupar noves idees com per reinventar allò conegut.

Les activitats variaran, segons les línies d'actuació que ens haguem marcat. Per exemple, si una de les línies d'actuació és la difusió de la campanya a la societat, podem pensar en elaborar material de divulgació, posar taules informatives a espais públics, organitzar xerrades, etc. Si una altra és influir en àmbits de govern, organitzarem una recollida de signatures, una presència al carrer (una demostració, una marxa), etc.

En el capítol *La nostra campanya en marxa* detalllem algunes de les actuacions més habituals que es poden dur a terme en una campanya.

Primer
concretarem
les activitats
que farem.

☉ Amb quins mitjans?

- **L'equip humà.** Sens dubte, l'equip humà és el recurs més preuat del qual disposem, ja que són les persones les que fan que les coses siguin possibles. Pot ser que en un principi comptem amb persones molt motivades i desitjoses d'actuar, però no oblidem que **serem més operatius si ens organitzem, dividim les tasques i en busquem responsables. Avançarem més ràpidament.**

En el nostre grup és possible que comptem amb persones amb experiències i formació molt valuoses, com podem ser aquelles amb capacitat per buscar i interpretar la informació legislativa o emprendre accions legals, persones amb experiència en comunicar o gestionar fons. Però si això no és possible, haurem d'especialitzar-nos, qualsevol persona pot arribar molt lluny amb motivació, i quan sigui necessari recorrerem a experts.

- **Recursos materials.** Sempre necessitarem una sèrie de recursos materials i, en general, els recursos econòmics no seran abundants. Això suposa que haurem de **pressupostar les despeses, essent realistes i previsors.** D'aquesta manera podrem valorar econòmicament les possibilitats de la nostra tasca. En moltes ocasions serà clau per avaluar la viabilitat dels nostres propòsits i facilitar la presa de decisions.

No hem d'oblidar que **l'hàbit de "reduir, reutilitzar i reciclar" ens ajudarà a estalviar i optimitzar els nostres recursos.** Comprar només allò que realment necessitem, pensar bé la quantitat de fulletons o d'altres materials que emprarem, no malgastar en l'ús de la calefacció o en la llum del local, reutilitzar materials... són pràctiques que, a part d'estalviar-nos diners, faran

Quina experiència tenim al grup?

Qui es responsabilitzarà de cada tasca?

Compte amb les despeses!
Hem de ser previsors a l'hora de pressupostar les nostres activitats.

els nostres actes quotidians més coherents amb la conservació dels recursos naturals i la defensa del medi ambient.

⊙ On i per a qui?

Hem de tenir en compte el nostre àmbit d'actuació i les característiques socials de la població a la qual ens dirigirem. Ens ajudarà a adequar els nostres missatges i les accions que proposem. No és el mateix que la nostra feina es desenvolupi en l'àmbit polític o en l'àmbit social, o en ambdós. I, dins l'àmbit social, tampoc és el mateix que ens dirigim a una àrea rural o a un barri d'una gran ciutat. Factors com l'estil i el ritme de vida o els recursos econòmics, influiran en la disponibilitat de temps o en les maneres de col·laborar dels veïns i veïnes afectats. Per exemple, si busquem que expressin el seu recolzament, en uns casos serà més factible organitzant una recollida de signatures i en altres endegant una petició mitjançant el correu electrònic.

⊙ Quan?

L'elecció del moment que es realitzaran les diferents activitats serà determinant per aconseguir la màxima eficàcia. Hem de ser nosaltres i no les circumstàncies externes les que marquen **el ritme i la intensitat** de la campanya, adaptant-nos, això sí, als processos que ens interessin, com poden ser la tramitació d'un projecte, l'avançament d'una denúncia o investigació, el moment que el projecte es debatrà en un ple de l'ajuntament, etc.

És interessant **tenir en compte dades i moments significatius.** Per exemple, convocar un acte en

És important adequar els missatges i les accions a la població a la qual ens dirigim.

defensa del nostre riu coincidint amb el Dia Internacional de l'Aigua.

És fonamental que **programem les diferents activitats en el temps, realitzant-les de manera esglaonada** per mantenir l'atenció sobre el tema, així com seguir un ordre lògic que ens ajudi a aconseguir la màxima efectivitat.

Hem de marcar nosaltres el ritme de la campanya, sense oblidar els esdeveniments externs que la poden afectar.

Les línies d'actuació i les activitats podran variar segons l'evolució de la campanya, però el nostre objectiu romandrà en el temps.

No violència

El paper de l'acció ciutadana és fer valer els nostres drets i actuar com a testimonis davant la societat d'aquells actes i fets que els lesionen. En molts casos ha estat la societat civil qui amb les seves demandes ha impulsat la creació de normatives i programes ambientals, exigint accions concretes davant determinades situacions.

Des de Greenpeace creiem que per aconseguir aquesta fita s'ha **d'optar sempre per una estratègia d'acció no violenta.** Això implica el **respecte per a totes les persones (ja siguin aliats, neutrals o adversaris) durant tota la campanya.**

"La finalitat està en els mitjans, com l'arbre és a la llavor", deia Ghandi. No podem aconseguir una finalitat amb mitjans contradictoris amb aquesta finalitat, per tant, no podem optar en cap cas per la violència.

Solucions i alternatives

És fonamental que en la nostra campanya sempre proposem solucions i generem alternatives al problema que estem denunciant.

L'avaluació: aprendre de l'experiència

Quan anem esgotant diferents fases de la nostra campanya, és convenient fer una parada i avaluar si ens estem apropant al nostre objectiu, si la nostra estratègia és l'adequada, si la nostra feina és eficient.

Si tenim clar l'objectiu i hem dissenyat una planificació, ens serà més fàcil identificar els encerts i errors per a cada activitat. Pot ser que en alguns casos les circumstàncies hagin fet que un objectiu específic que era prioritari hagi passat a ser secundari, i això ha d'originar una resposta ràpida per tal que no gastem energies seguint una estratègia que podria no ser la més adequada. D'aquí la importància de **definir uns indicadors clars que ens permetin mesurar d'alguna manera l'evolució de la campanya.**

Hem de plantejar l'avaluació com un exercici útil on podem valorar l'eficàcia i l'eficiència de la nostra campanya. Per valorar l'eficàcia de la nostra feina hem de **preguntar-nos: en quina mesura hem aconseguit el nostre objectiu?** Per valorar la nostra eficiència hem de plantejar-nos **si és possible realitzar la nostra feina d'una altra manera i a un cost menor de mitjans i de recursos.**

Existeixen molts mètodes per efectuar una avaluació, però hem de buscar el que millor s'adapti a les nostres circumstàncies, a la realitat sobre la qual planifiquem i als recursos de què disposem per dur-la a terme, **és important que comptem amb totes les persones que han participat d'una o altra manera a la campanya.**

Dedicar un temps a avaluar com va la nostra feina ens ajudarà a augmentar la nostra eficàcia.

Per establir les bases d'una campanya cal:

- ⊙ **Definir amb claredat l'objectiu**, essent realistes quant a recursos i terminis.

- ⊙ - **Dissenyar una estratègia**, per a això es necessita:
 - Recopilar informació per conèixer el problema, les seves causes, els responsables, possibles aliats i vies d'actuació.
 - Analitzar la informació obtinguda.
 - Desglossar l'objectiu en objectius específics i establir prioritats.
 - Definir les nostres línies d'actuació: difusió pública de la campanya per aconseguir suports, influència en àmbits de govern, pressió sobre els qui financen el projecte, etc.

- ⊙ **Planificar i programar les activitats** per a cada línia d'actuació. És l'hora de decidir:
 - Què farem
 - Amb quins mitjans
 - On
 - Quan

I no oblidem **avaluar la nostra feina** per tal de veure com podem ésser més eficaços.



La nostra campanya en marxa

Hem agrupat les activitats més habituals d'una campanya en funció de quin sigui el nostre propòsit: fer arribar les nostres demandes als responsables, implicar-hi a altres col·lectius, aconseguir el suport de la ciutadania, transmetre el nostre missatge al carrer o fer un treball de pressió política; **però hem de tenir en comte que una mateixa activitat pot servir en major o menor grau a diferents línies d'actuació.**

En aquest capítol **també abordarem l'elaboració de material informatiu i la feina amb els mitjans de comunicació**, que no són específics de cap línia d'actuació, però que ens serviran de recolzament per a totes elles. Per últim, **dediquem un apartat a la via legal**, una línia de feina específica que podrà ser molt útil en molts casos.

Fer arribar les nostres demandes als responsables

Normalment, el primer pas serà **dirigir-nos directament als responsables** del projecte o l'activitat objecte de la nostra campanya, **perquè coneguim de primera mà la nostra visió del tema i les nostres demandes. És important manifestar la nostra predisposició al diàleg.**

Els destinataris: podem dirigir-nos als diferents actors involucrats en el problema, sense oblidar que una acció no exclou les altres:

- **Els responsables directes**, ja sigui una empresa o un sector de l'Administració.
- **Qui ha de tenir capacitat de decisió** (el Govern estatal o autonòmic, els representants polítics els responsables municipals...).
- **Qui ha de concedir una autorització.**

Com dirigir-nos-hi: podem sol·licitar una reunió o enviar una carta. En qualsevol dels casos hem de **transmetre el problema i les nostres demandes de manera clara**. Si enviem una carta és important **tenir cura de la presentació, ésser concisos i utilitzar un to correcte**. Si les persones o organismes als quals ens dirigim han pres últimament mesures que considerem encertades, no hem d'oblidar esmentar-ho. Així, el destinatari serà més receptiu i veurà que estem atents als processos que

Els responsables del problema han de conèixer de primera mà la nostra visió del tema i les nostres demandes.

es van desenvolupant. És important **plantejar al final de la carta el nostre oferiment per aclarir qualsevol qüestió** al respecte i expressar el nostre interès per mantenir una reunió amb el destinatari. Si és possible, **s'ha de suggerir una resposta per escrit.**

Per **deixar constància que la nostra carta ha estat rebuda**, és convenient enviar-la mitjançant correu administratiu, si va dirigida a un organisme oficial, **o per correu certificat** si en són altres els destinataris.

Hem de guardar al nostre arxiu una còpia de tota la correspondència de la campanya.

Implicar altres col·lectius

Associacions de veïns, de consumidors, de mares i pares, sindicats, associacions professionals, etc. Poden ser els nostres aliats.

Les agressions al medi ambient no són una preocupació només dels grups ecologistes. En moltes ocasions **trobarem magnífics aliats en altres col·lectius ciutadans o professionals** interessats en la protecció del medi ambient **o en sectors de població que es vegin afectats** directament o indirecta pel problema: partits polítics, sindicats, associacions de veïns, associacions de pares i mares... Per exemple, si volem acabar amb la contaminació d'una indústria propera a la nostra localitat, no ens resultarà difícil trobar el suport d'alguna Associació de veïns, d'associacions de mares i pares d'escoles properes o de grups de professionals del sector sanitari. Una tasca fonamental és **transmetre'ls l'objectiu de la campanya i sensibilitzar-los, explicant el problema i les seves conseqüències**. Si aconseguim que sentin el problema com si fos el seu problema, tindrem aquests col·lectius disposats no només a difondre la nostra campanya, sinó també a participar activament en ella.

No oblidem que **aconseguiem més fàcilment el nostre objectiu si adaptem el nostre missatge i activitats al col·lectiu al que ens dirigim en cada ocasió**. Si es tracta d'un sector professional específic, serà convenient que comptem amb la col·laboració d'alguna persona d'aquest sector que ens ajudi en la programació i la realització de les activitats més adients.

També podem demanar a universitats, associacions, institucions, sectors professionals, municipis, etc., que recolzin expressament les nostres demandes. Podem:

- Facilitar-los informació, perquè ells mateixos es dirigeixin als responsables del mal ambiental,
- Elaborar un text que puguin signar per adherir-se a la nostra iniciativa
- Enviar un comunicat de premsa o realitzar un acte conjunt, etc.

Si obtenim el suport d'altres col·lectius, és important que transcendeixi als mitjans de comunicació.

Aconseguir el suport de la ciutadania

Les targetes postals, els fulls de signatures o el correu electrònic ens servirà perquè moltes persones materialitzin el seu suport a la nostra campanya signant les nostres demandes.

Una de les maneres de pressió més efectives és **demostrar el suport d'un gran nombre de persones**, per a això pot ésser **molt eficaç l'enviament massiu de targetes postals, de cartes, de faxos, de correus electrònics... o la recollida de signatures**. Qualsevol d'aquestes iniciatives contribuirà també a la difusió de la campanya.

Cada targeta, correu o signatura significa que una persona coneix el problema i ens recolza per tal que se solucioni. Per a això hem d'intentar aconseguir un nombre important – encara que s'hi hagi de dedicar molt temps i esforç- i donar publicitat al resultat.

És fonamental tenir clar l'objectiu: que acabi una activitat determinada, que no es dugui a terme un projecte, plantejar la necessitat d'alguna actuació, etc.

Les peticions s'han de dirigir a la persona o a les persones que tinguin capacitat de dur a terme la nostra petició: un alcalde, un conseller, un directiu d'una empresa, el president d'una comunitat autònoma, un ministre, el president de la nació o un responsable de la Unió Europea...

A continuació veiem què hem de fer si optem per les targetes postals, pel correu electrònic o els fulls de signatures.

1. Targetes postals

Una manera atractiva de difondre el problema i realitzar una petició massiva pot ser mitjançant les targetes postals. **Abans d'escollir aquesta opció hem de pensar com les distribuïrem i la nostra capacitat per fer-ho.**

Disseny i contingut: es poden confeccionar targetes amb imatges del lloc que es vol protegir, del problema o de l'objecte de la nostra campanya (un producte concret), etc. **Al revers haurà de dur imprès un breu text amb la nostra petició, l'adreça del destinatari i un espai per al nom i la signatura de qui se suma a la iniciativa.**

Com fer-les: les podem fer **nosaltres mateixos d'una manera senzilla i amb imaginació**, utilitzant cartolina i una impressora. **Si disposem de fons i en volem fer una quantitat important, podem adreçar-nos a una impremta.**

Sigui com sigui la manera d'elaborar-les, hem de tenir present que seran la targeta de presentació del problema que intentem solucionar i la de la nostra Associació.

No oblidem fer-les de paper reciclat!

L'enviament: podem escollir **dues opcions** d'enviament per fer-les arribar al destinatari:

- Cada persona envia la targeta directament al destinatari** per correu postal.
- Les targetes s'envien a la nostra seu**, perquè nosaltres les lliurem totes conjuntes al destinatari.

Les targetes postals: una imatge per difondre la campanya i per aconseguir suport.

És important **consultar a informació de correus** o a la seva pàgina web **els requisits tècnics per als diferents tipus d'enviament postal**.

2. Correu electrònic

El correu electrònic s'ha convertit en un instrument de campanya molt eficaç. **És una eina amb escàs cost i amb capacitat per arribar a un nombre elevat de persones, facilitant la difusió del nostre missatge.** També es pot convertir en una eina molt útil per a l'acció ja que ens permet realitzar enviaments massius, als diferents responsables, amb les nostres demandes

És important que tinguem una llista amb totes les persones interessades a rebre informació de la nostra campanya i que vulguin col·laborar enviant missatges donant suport a les peticions concretes que endeguem. Aquestes demandes, alhora, podran distribuir-les als seus amics i contactes per tal d'aconseguir, així, una àmplia difusió. **Podem aprofitar les diferents activitats que realitzem, com taules informatives o xerrades per aconseguir gent per a la nostra llista.**

Quan ens posem en contacte amb els membres de la nostra llista per demanar-los que actuïn, hem de recordar:

- **El text ha d'ésser breu i concret**, amb una descripció clara de l'objectiu de la nostra petició i una **indicació precisa sobre com volem que actuïn.**
- Incloure **l'adreça i/o el correu electrònic** on s'ha d'enviar el missatge i una **carta tipus** que podran enviar només introduint les seves dades i que podran revisar i adaptar si ho desitgen.

Hem de mantenir actualitzada la llista de persones que estan disposades a participar a la campanya enviant correus electrònics.

3. Fulls de signatures

Els fulls de signatures són una bona eina de campanya, però **abans d'optar per aquesta iniciativa, hem de tenir clar què farem amb elles un cop recollides.**

El text i la presentació del full juguen un paper important. Han d'incloure:

- Títol.
- A qui va dirigida la nostra petició.
- Text introductor i on exposem el problema i les nostres demandes. Cal que sigui breu, clar i concís.
- Caselles amb espai per a posar el nom, els cognoms, l'adreça, el DNI i la signatura de les persones que donen suport a les nostres demandes.
- El nom de la nostra organització. En cas que sigui una petició conjunta, hauran de figurar els noms de les organitzacions que promouen la petició.
- Qui som i manera de contactar.
- On remetre els fulls un cop signats.
- Nota que informi sobre la finalitat, l'ús i la responsabilitat de les dades de la persona que signa la petició.

Les signatures s'han de recollir sempre en els fulls preparats expressament per aquesta finalitat, no en fulls en blanc. S'ha d'extremar les precaucions per tal que els fulls no es deteriorin durant la recollida de signatures, perquè quan les lliurem estiguin en bon estat. S'han de lliurar les signatures originals, guardant, sempre que sigui possible, còpies de les que es lliuren.

Quina informació ha d'incloure un full de signatures.

Aconseguir una recollida massiva de signatures requereix una planificació prèvia i ésser realistes amb els nostres mitjans

Marcar-nos objectius: és bo d'establir un objectiu a priori: **un mínim de signatures que esperem aconseguir i en quant de temps.**

Definir l'estratègia que hem d'emprar: posar una **taula informativa** en un carrer cèntric, **anar a instituts i universitats**, buscar adhesions en **actes públics**, dirigir-nos a **institucions i organitzacions** que es considerin de pes, **deixar la petició a comerços, ajuntaments**, etc. Quan la petició es deixi a un lloc públic, és recomanable que quedi sota la responsabilitat d'una persona que pugui explicar de què es tracta, que verifiqui que es completen totes les dades demanades, etc.

També s'ha de **definir si s'acceptaran signatures de menors d'edat**. Tenen un valor simbòlic especial i en determinats casos pot tenir una gran rellevància, sobretot pels mitjans de comunicació, i això constituirà una certa pressió.

Com organitzar el lliurament: Sempre que sigui possible, segons a qui vagi dirigida la petició, convé lliurar-les **personalment**, per la qual cosa es pot concertar una entrevista amb antelació. També podem **idear una manera creativa** per presentar-les, bé sigui quan finalitza la marxa, o bé en algun tipus d'acte públic.

Sempre informarem a la premsa per aconseguir un major ressò per a les nostres demandes. Podem convocar els periodistes a l'acte de lliurament i enviar un comunicat de premsa.

La recollida de signatures també pot tenir un objectiu molt concret que és la consecució d'una llei mitjançant la **Iniciativa Legislativa Popular (ILP)**, encara que aquesta és una eina diferent que tractarem a l'apartat de **La via legal**.

Llei de Protecció de Dades

No hem d'oblidar que quan recollim dades personals (per exemple amb fulls de signatures) o quan elaborem una llista de contactes que participen a la campanya, hem de fer esment de la Llei de Protecció de Dades, comunicant la finalitat, l'ús i la responsabilitat de la informació obtinguda i recordant **el dret que tenen la gent interessada a accedir, modificar bloquejar o cancel·lar les seves dades**.

Transmetre el nostre missatge al carrer

Sortirem al carrer per difondre la campanya, per recaptar fons, per exercir pressió, etc.

Com més gent aconseguim mobilitzar, més reeixida serà la nostra campanya. Per això és fonamental posar-nos en contacte directe amb les persones, treure el nostre missatge al carrer. Amb aquest propòsit, **podem organitzar diferents activitats: xerrades, taules informatives, demostracions, marxés...** que a més de donar a conèixer la nostra campanya, ens serviran en uns casos per demanar suport mitjançant recollida de signatures o en d'altres per exercir pressió. **Vegem-ne alguns exemples:**

1. Xerrades, conferències, col·loquis

Convé **distingir entre les activitats que puguem programar per sensibilitzar sobre la problemàtica ambiental:** itineraris, jocs, activitats en general d'educació ambiental per les quals serà convenient comptar amb l'ajut de professionals (educadors, monitors, etc.) **i les xerrades, col·loquis, conferències que utilitzarem com a eina per a comunicar i divulgar la nostra campanya a col·lectius molt diferents.**

Abans de començar la tasca és important tenir en compte alguns aspectes fonamentals:

Com aconseguir que ens demanin una xerrada: Si la nostra campanya desperta interès, possiblement no haurem de realitzar cap esforç per tal que ens cridin als diferents fòrums. Si no és així, hem de posar fil a l'agulla per apropar-nos als **dife-**

rents col·lectius, coneixent quins són els seus interessos i oferint-los alguna cosa que s'adapti a les seves circumstàncies.

A qui van dirigides: Un cop tenim clar el nostre destinatari ens serà més fàcil **escollir el llenguatge apropiat**, exposant el tema de manera que s'apropi més a les seves inquietuds o als seus coneixements sobre el tema. **Si busquem un suport de diferents col·lectius, ho aconseguirem més fàcilment si apropem el problema ambiental a la seva realitat i als seus interessos.**

Què volem aconseguir: Orientarem millor el contingut de la nostra xerrada sabent allò que volem aconseguir: **donar a conèixer el problema i generar un debat a la població, aconseguir el suport d'iniciatives, aconseguir signatures, canviar hàbits, buscar socis, etc.** El nostre objectiu ha d'ésser sempre la recerca de compromisos, ja sigui de manera individual o col·lectiva.

Com transmetem el nostre missatge: No és necessari explicar-ho tot. El més important és **transmetre les idees bàsiques** i no fer un excés de dades. Per **aconseguir mantenir l'atenció del nostre públic** resultarà de gran ajut el **suport físic d'imatges, gràfics, esquemes**, per això podem usar un vídeo, diapositives o presentacions en ordinador.

Fomentem la participació dels assistents: podem emprar diverses tècniques depenent del nombre d'assistents. **Si no és un grup massa nombrós podem deixar que siguin ells els qui expressin en un primer moment la seva preocupació pel problema ambiental**, emprant diferents dinàmiques de grup. **Si optem per**

Les claus d'una xerrada són adequar el missatge al públic que hi assisteix i fomentar-ne la participació.

començar nosaltres amb una presentació, hem de deixar temps suficient perquè els assistents puguin fer preguntes i fer-nos partícips de les seves preocupacions i inquietuds.

2. Taules informatives

Ens serviran per donar a conèixer la nostra campanya, però també resulten molt útils per buscar el suport ciutadà, com és el cas de la recollida de signatures. **Per organitzar-les bé hem de tenir en compte:**

On? Situem la nostra taula al lloc **on més possibilitats tinguem de trobar els suports que busquem o bé on puguem trobar més fàcilment les persones a les quals volem informar.** A prop d'un col·legi si els nostres destinataris són els pares i les mares o a un supermercat si busquem consumidors.

Quan? Procurarem **afavorir l'afluència del nostre públic**, per exemple, si són els treballadors i les treballadores d'una fàbrica a qui volem informar, les hores d'entrada o de sortida seran les més oportunes; en cas que siguin els pares i les mares d'una comunitat, els dies laborables els trobarem més fàcilment portant els seus fills i filles a escola, però els caps de setmana estaran al parc jugant amb ells. És convenient recordar que a molts llocs la climatologia és un condicionant que caldrà tenir en compte.

On i quan posar una taula informativa dependrà del públic al qual volem apropar el problema.

Com? Hem de **consultar els tràmits que s'han de fer per a l'obtenció de permisos**, ja que si no en disposem ens poden treure de la via pública. Depenent del lloc els haurem de demanar **a l'ajuntament o a la delegació del govern** corresponent.. **Si disposem d'una pancarta, cartell, etc., a la taula, serà més fàcil que ens identifiquin.** No hem d'oblidar els **materials de divulgació**, els **fulls per a recollir signatures**, etc. I si part dels nostres ingressos provenen de la **venta de material**, és una oportunitat estupenda per a recaptar una mica de diners.

Amb qui? Organitzarem **torns per atendre la taula**. Hem **d'assegurar-nos que tots estan ben informats sobre la campanya**, els problemes que denunciem, les solucions o alternatives que proposem, les actuacions que ja hem realitzat, etc.

El tracte al públic sempre ha d'ésser amable, encara que ens trobem amb persones que no estiguin d'acord amb la nostra campanya.

Depenent del lloc on s'instal·la la taula informativa, pot resultar més atractiva si organitzem activitats paral·leles. Per exemple, si estem en un parc podem realitzar activitats per a nens com recontadors d'històries i de contes o dibuixos.

És important que organitzem amb antelació els permisos que necessitem, el material que portarem a la taula informativa i els torns de la gent que l'atendran.

3. Demostracions, exhibicions, marxes i manifestacions

Amb les accions públiques, a part de difondre la campanya, aconseguirem intensificar la pressió sobre els responsables.

Un lema clar ens ajudarà a transmetre el missatge.

És possible **desenvolupar activitats molt visuals que ens ajudin a exposar la qüestió davant de l'opinió pública.** Les accions públiques constitueixen un bon recurs quan volem que conegui la campanya més gent, però també poden servir per exercir pressió sobre els responsables del problema, quan les cartes, les peticions, les reunions o les altres activitats prèvies han fracassat o no han estat degudament tingudes en compte

El lema. Abans d'emprendre qualsevol d'aquestes activitats és important que ens parem a pensar **com transmetrem el nostre missatge, escollint un lema que identifiqui el nostre objectiu.** Aquest lema és molt important i serà el que arribi a més gent; per tant, **ha de recollir les nostres preocupacions i/o demandes de manera breu, senzilla i fàcilment comprensible. Pot anar seguit d'altres lemes secundaris que aportin més informació rellevant.**

En el nostre exemple del riu podem escollir diversos lemes: "Salvem el riu", "Salvem la vall"... El seu sentit positiu pot ser més atractiu que "No a la destrucció del riu" "Stop construcció Presa". En altres casos, el lema haurà d'indicar clarament el projecte que refusem: "No a la incineradora", "No a la central nuclear", que podem acompanyar d'altres de secundaris més positius: "Recolzem la reducció i reciclatge dels residus", "Energia neta, ja".

Els permisos necessaris. No oblidem **informar-nos dels permisos necessaris per a realitzar activitats a la via pública. En el cas de reunions a llocs de trànsit públic i de manifestacions hauran de comunicar-se per escrit a l'autoritat governativa corresponent, amb una antelació de deu dies naturals, com a mínim, i trenta com a màxim.** S'entén per reunió la concurrència concertada i temporal de més de 20 persones, amb una finalitat determinada.

© Les demostracions

Podem llançar el nostre missatge al carrer d'una manera original. **Les demostracions són visuals i normalment tenen un component lúdic que les fa més atractives.** Són una bona manera de donar informació i obtenir l'adhesió del públic.

Un grup de persones, una escenografia i unes pancartes poden mobilitzar l'opinió pública i, fins i tot, influir en una decisió política. Han de **cridar l'atenció dels mitjans de comunicació**, per això hem de **mirar prèviament amb quins materials hem de comptar** (cartells, pancartes, disfresses, ninots,...) o **quines activitats realitzarem**, (parts del cos pintades, cadenes humanes, abraçades simbòliques, música en viu...). **Quan s'acabi es pot llegir un comunicat, una declaració o les adhesions rebudes.**

On? El lloc escollit **depèn del tema** en qüestió, però es pot dur a terme a la **zona que està contaminada, enfront de la seu de l'empresa causant del problema, enfront de les oficines de l'administració responsable** de no controlar o de permetre la situació que denunciem, **en un lloc cèntric o emblemàtic de la nostra població.** Si volem que hi assisteixi molta gent, és

Podem donar a conèixer el problema d'una manera visual i atractiva.

bo que tinguem en compte la facilitat d'accés al lloc escollit.

Quan? Dependrà del nostre objectiu. **Podem optar per un dia laborable si hem escollit una empresa o unes oficines de l'administració, o un dia festiu si busquem una aflluència important de públic.** L'assistència de persones i la presència de la premsa dependrà també de l'**horari** que es faci la demostració.

Amb qui? Hem de pensar quina serà la **quantitat mínima de persones necessàries perquè la demostració compleixi el seu objectiu, i garantir el seu compromís d'assistència.** Si no es garanteix la presència de gent suficient, podem transmetre l'efecte contrari al que desitgem: que el tema no preocupa a la població.

- Podem fer una **convocatòria prèvia als ciutadans**, a través dels mitjans de comunicació,- per exemple posant tascons a les ràdios locals o a canals de TV local-; distribuint fulletons, pòsters o targetes; emprant cadenes telefòniques o llistes de correu electrònic
- Podem **convocar a la premsa** (trobarem més informació a l'apartat sobre mitjans de comunicació).
- Podem **convidar personalment altres organitzacions** o institucions.

És important difondre aquest tipus d'actes amb antelació per tal d'aconseguir l'assistència de públic.

© Les marxes i manifestacions

De vegades poden ésser decisives per aconseguir l'objectiu d'una campanya. Ens serveixen per donar una idea als polítics, premsa i opinió pública en general, del suport o refús que suscita una determinada proposta, pla o llei. **Quan es decideix realitzar una marxa és pel fet que hi ha moltes persones que estan prou informades i s'adhereixen a la causa.**

Organització: s'ha de preveure **el recorregut i convocar la concentració a una hora concreta i en un lloc conegut i de fàcil accés.**

És important preparar **un acte públic al final del recorregut de la marxa.** Podem convidar oradors de la localitat o a persones destacades d'institucions que s'adhereixin a la nostra causa, així com a persones o organitzacions d'altres localitats que hagin passat o estiguin passant per experiències similars. Podem convidar artistes, la presència i suport dels quals contribuirà a donar més difusió a l'activitat, i sol·licitar a organitzacions del país que hi enviïn adhesions.

Finalitzarem l'acte llegint un comunicat o unes declaracions amb el lema de la campanya.

Siguem creatius!

A part de les marxes tradicionals (caminant), depenent del lloc on ens trobem o de la temàtica de la campanya, podem organitzar la marxa de diferents maneres: amb gent disfressada, amb gegants i capgrossos, amb bicicleta, obrint-la amb la banda municipal... A les zones costaneres, podem convocar pescadors, piragüistes, clubs esportius, etc., i fer una protesta o marxa al mar entrant a port. **Les possibilitats són infinites.**

Quan el tema ja sigui prou conegut i tinguem un suport ciutadà significatiu recorrerem a les marxes i manifestacions.

La pressió política, econòmica i social: el treball de *lobby*

El diàleg amb els responsables per tractar d'influenciar en les decisions que es prenguin, ha d'anar coordinat amb altres activitats que mostrin que la nostra campanya té el suport de la ciutadania.

Una altra línia d'actuació important és tractar d'influenciar en el procés mitjançant el **diàleg amb els responsables del problema, les administracions que han de concedir autoritzacions o qui ha de prendre una decisió**. És el que coneixem com a pressió política o lobby, un treball que ha d'anar **ben coordinat amb altres línies d'actuació** – com la difusió de la campanya, la presència al carrer o als mitjans de comunicació– que contribuiran a mostrar als nostres interlocutors que la nostra campanya té el suport de la ciutadania.

No sempre aconseguirem una reunió amb el màxim responsable de la institució o de l'empresa, sobretot al principi de la campanya, però en qualsevol cas, hem de:

- **Preparar bé la reunió**, analitzant prèviament les possibles reaccions de l'interlocutor.
- **Argumentar amb claredat les nostres demandes**, que hem de recolzar amb dades i documentació.
- **Si anem amb altres organitzacions** perquè, per exemple, estem integrats a una plataforma o realitzem una campanya conjunta, **hem de tenir clar qui parlarà i de què**, evitant que sorgeixin contradiccions o postures divergents entre les diferents organitzacions durant la reunió.
- **És important aconseguir a cada reunió un compromís**, no quedar-nos només amb un

intercanvi de parers. S'ha de tractar d'aconseguir sempre un pas endavant i deixar clar que aquest compromís el transmetrem a l'opinió pública.

De vegades la reunió només serveix per a confirmar que tenim postures irreconciliables, però sempre hem de **mantenir una actitud cordial**.

Per aconseguir reunions que es resisteixen a concedir-nos, de vegades és bo emprendre una mesura de pressió pública: una manifestació, una activitat al carrer...

És important que no baixem la guàrdia a la nostra campanya fins que les bones paraules i les promeses aconseguides a una reunió siguin una realitat.

El Parlament

Un àmbit interessant per al treball de lobby és el Parlament. **Depenent de la magnitud de la nostra campanya, podem dirigir-nos al de la nostra comunitat autònoma, a l'estatal o al de la UE.**

Podem enviar informació als diputats o als grups parlamentaris, sol·licitant-los algun tipus d'actuació. També podem demanar-los que realitzin una pregunta parlamentària al Govern. Hem de tractar de conèixer la posició dels diferents grups parlamentaris sobre el problema, per tal de veure quins poden ésser els nostres aliats a la campanya.

A la web **<http://www.congreso.es>** podrem trobar tota la informació relacionada amb el Congrés: agendes, grups polítics, actes...



Material informatiu

Una part essencial de la nostra campanya és **disposar de material informatiu que l'expliqui de manera clara, amena i atractiva**. Podem pensar en **material imprès** (enganxines, fulletons, fulls informatius, informes...), **gràfic** (fotos, vídeos...), **digital** (CD, web...) o fins i tot en **una exposició**.

No oblideu!

- **Hem de tenir cura de la presentació.**
- **Ha de figurar-hi el nom de la nostra organització i la manera de posar-se en contacte amb nosaltres** per sol·licitar més informació.
- Hauran d'estar **elaborats amb materials que respectin el medi ambient**, i ho podem indicar en el propi material

1. Definir les nostres necessitats

El primer pas serà sempre decidir què necessitem. Hem de pensar **per a què utilitzarem el material** (a qui va dirigit i què esperem aconseguir), quina és la **capacitat que tenim de distribuir** aquests materials, **quin nivell d'informació volem transmetre** (de caràcter divulgatiu, tècnic...), **o quin suport utilitzarem**. No oblidem que **el pressupost condicionarà moltes d'aquestes decisions**. Concretem cadascun d'aquests aspectes:

Destinatariis. A l'hora de definir el tipus de material, el llenguatge, l'extensió... **hem de tenir clar a qui va dirigit**. Pot ser a persones directament afectades pel problema, a consumidors, a l'àmbit escolar, a població universitària, a un sector professional específic, a mitjans de comunicació, a polítics. També pot ser que necessitem una material més general per a una taula informativa.

Si ens dirigim a l'àmbit escolar o a un sector professional (treballadors d'una indústria, del sector agrícola, pesquer, etc.) **és convenient comptar amb la col·laboració d'algun membre d'aquest sector** que ens ajudi a conèixer la seva problemàtica i les seves característiques específiques.

Un cop tinguem clar el nostre destinatari ens serà més fàcil definir el contingut i el llenguatge més apropiat fins i tot el suport que cal emprar, exposant el tema de manera que s'apropi més a les seves inquietuds i als seus coneixements sobre aquest.

Començarem per preguntar-nos:

A qui va dirigit el nostre material?

Què volem aconseguir?

Quina capacitat tenim per distribuir-lo?

Quin nivell d'informació necessitem transmetre?

És important
parar-nos a
pensar
què volem
aconseguir
amb el
material, com
el distribuïrem
i quines
quantitats en
necessitarem.

Objectiu. La finalitat dels materials no és sempre la mateixa, pot variar depenent de les necessitats de la campanya a diferents moments:

- **Fer conèixer el problema** i generar un debat a la població
- **Aconseguir el suport a iniciatives concretes** de la nostra campanya (firmar una petició, participar en una marxa...)
- **Promoure un canvi de pautes de consum** (comprar fusta certificada, deixar de comprar un producte contaminant, no consumir aliments que puguin contenir transgènics, consumir aliments biològics...)
- **Canviar hàbits** (fomentar el reciclatge, reduir l'ús de bosses de plàstic, estalviar energia...)
- Aconseguir el **suport d'un sector professional, la sensibilització a l'àmbit universitari o escolar...**

Distribució i quantitats. Els destinataris i la manera com els farem arribar els materials (un enviament per correu, taules informatives... o potser tenim la col·laboració d'altres col·lectius) ens ajudarà a **decidir la quantitat que en necessitarem. És important fer una estimació prèvia que sigui realista**, perquè fer successives tirades a impremta de quantitats petites encareix els materials de manera significativa, però també és fàcil caure en l'error d'imprimir un excés d'exemplars que després no tindrem capacitat de distribuir, gastant innecessàriament diners i paper.

A l'hora d'estimar quantitats, **no hem de passar per alt detalls com la "data de caducitat" del material que pot acabar amb la seva utilitat,**

ja sigui pel tipus de material –si elaborem un calendari, per exemple– o ja sigui perquè l'evolució de la campanya fa que el contingut quedi desfasat.

Recordem, també, la diversitat lingüística si treballem en l'àmbit nacional.

Nivell d'informació. El material també vindrà determinat pel nivell d'informació que desitgem transmetre. Vegem-ne alguns exemples:

- Podem plasmar **un lema, un eslògan o una demanda breu a adhesius, pòsters, pancartes, postals, samarretes o nombrosos objectes de la vida quotidiana.** Encara que l'elaboració sembli senzilla, aquest primer nivell d'informació que és el que més lluny arriba, ha de ser curós. Amb un poc nombre de paraules **hem de transmetre allò que pretenem a la nostra campanya d'una manera clara i atractiva per als destinataris.**
- **Per explicar de manera breu els punts bàsics de la nostra campanya,** descriure el problema i plantejar-ne una alternativa, podem recórrer als **fulletons.** Van dirigits a un públic bastant ampli i ens serveixen per deixar informació quan es va a fer una xerrada, quan instal·lem una taula informativa, si algú ens pregunta pel tema... També poden deixar-se a comerços o a locals d'altres organitzacions. **Cartells, agendes i calendaris també poden ajudar-nos a transmetre el missatge en aquest nivell d'informació.**
- Per **aprofundir més en el tema,** poden servir-nos els fulls informatius. Encara que hagin de ser senzills i de fàcil comprensió, **poden tenir un grau de complexitat**

Escollirem diferents tipus de materials en funció del nivell d'informació que volem transmetre.

superior al del fulletó i van dirigits a un públic més específic, disposat a entrar més en detall en el problema. Poden ser molt útils per a la premsa o per al nostre treball de lobby. **Un altre format vàlid per incloure aquest nivell d'informació pot ser una exposició**, que després podem deixar a centres culturals, associacions, escoles, etc.

- **L'informe de divulgació** o de denúncia ens permet una complexitat major. Aquí podem plantejar el context del problema, aprofundir en les seves causes i en les seves conseqüències, explicar de manera detallada les nostres alternatives, aportar dades amb dates, fets, testimonis, etc.
- Si es tracta **d'argumentar científicament la nostra campanya**, haurem de recórrer a **l'informe tècnic** que pot ésser elaborat per especialistes. Dirigit a sectors molt específics, amb anàlisis i dades tècniques (amb gràfiques i taules). La seva estructura pot incloure: resum, introducció, situació actual, caracterització del problema o amenaça, conseqüències (ambientals, socials, econòmiques...), anàlisis d'alternatives, conclusions, recomanacions i demandes, cites bibliogràfiques i referències.

2. Escollir els suports

No podem oblidar que vivim a l'era de la imatge i la tecnologia, però tampoc que segueix existint molta gent que no utilitza els últims avenços tecnològics. Per això **hem de considerar els diferents suports que existeixen, i depenent de quin sigui el nostre públic objectiu combinar diferents opcions:**

Paper: fulletons, fulls informatius o informes impresos en paper mai han de faltar a la nostra campanya. Tenen l'avantatge d'ésser accessibles a totes les persones i permeten consultar la informació directament i a qualsevol part. **També podem recórrer a adhesius, pòsters, postals, punts de llibre, carpetes, calendaris...**

Suport digital: l'ordinador (programari i maquinari) s'ha convertit en un gran aliat a l'hora de difondre la informació. **El nostre material escrit no ha d'estar només en paper.** Un arxiu digital, per exemple, d'un fulletó, un full informatiu o un informe, ens permet **difondre la informació mitjançant correu electrònic** de manera àgil i econòmica. **Gravar aquesta informació en CD** ens permetrà distribuir el nostre material de divulgació amb major facilitat i en menor espai.

El suport audiovisual: vídeos, curts i, fins i tot, **anuncis** per la televisió poden ser formats perfectes per transmetre el nostre missatge. Tan important resulta una bona imatge com un bon guió que compregui la informació a diferents nivells. **Les televisions locals poden ésser una bona opció per difondre la nostra campanya.**

La combinació de diferents suports ens ajudarà a arribar a un públic més ampli.

Altres suports: samarretes, tanques publicitàries o nombrosos objectes de la vida quotidiana (tasses, gots, estalvis per als gots, estoretes per al ratolí de l'ordinador, pots per a bolígrafs, etc.) poden ésser uns suports adequats pels nostres lemes. **Sempre hem de tenir cura que els materials que utilitzem respectin criteris mediam-bientals.**

3. Materials que conviden a la lectura

Sigui com sigui el format i el suport escollit, **el més important és que el missatge arribi de manera clara i atractiva**, amb el nivell d'informació adequat pel públic al qual va dirigit. No hem d'oblidar que el nostre objectiu és transmetre una informació.

Algunes claus que cal tenir en compte són:

- **Cal adequar el contingut i el llenguatge al públic al qual ens dirigim.** No és el mateix dirigir-nos a algú directament afectat per un problema i que ja pot tenir un interès (la població afectada pels fums d'una fàbrica, per exemple), que a una persona que s'apropa a una taula informativa i desconeix el tema. En aquest cas, hem de començar per despertar el seu interès pel problema. **És important tractar de posar-nos al lloc de qui no coneix el tema, per assegurar que estem transmetent la informació necessària.**
- **Més text no significa necessàriament millor informació.** Un fulletó, un full informatiu, una web amb **molt text no convida a la lectura. No utilitzeu lletres petites i massa juntes, ni empleneu tot l'espai blanc amb text.**

Un llenguatge clar i amè, amb dissenys nets i atractius facilitaràn la comunicació del nostre missatge.

Treballar bé el contingut per simplificar les idees que volem transmetre. Podem utilitzar fotos o dibuixos, per tal que resulti més atractiu. No oblidem que vivim en la societat de la imatge, de la informació i de la manca de temps. La nostra informació haurà de "competir" amb la resta de "missatges" que una persona rep durant el dia.
Siguem creatius!

- **Cal evitar missatges negatius que puguin provocar refús.** Plantejar alternatives, tractar d'il·lusionar i transmetre que es pot participar a la solució del problema.
- **Oferim diferents nivells de lectura.** En un fullletó o en un full informatiu, els titulars i algunes frases destacades poden facilitar que en un tres i no res es puguin captar les idees bàsiques.

Atenció al pressupost

També **el pressupost condicionarà la nostra elecció.** Hem de fer una estimació d'allò que ens costaran els materials per ajustar-nos a les nostres possibilitats reals. Per exemple, a l'hora d'elaborar materials impresos hem de pensar en el disseny i la tirada, (sobres, franqueig); en el cas d'altres tipus de material (en el suport digital o una exposició, per exemple) també hem de valorar econòmicament, tant el disseny, com la posterior producció.



A LA XARXA

A l'actualitat són moltes les persones que tenen la possibilitat de consultar Internet. **Disposar d'una bona web és útil si volem donar a conèixer la nostra campanya i que es difongui més enllà del nostre entorn.** Les webs ens permeten:

- **Mantenir la informació al dia** i oferir-la de manera dinàmica i estructurada.
- Introduir, a més **dels continguts de la campanya, notícies, propostes, agenda o anuncis sobre la nostra organització.**
- Oferir la **possibilitat que els usuaris participin de manera activa.**

El primer pas per elaborar la nostra web serà donar resposta a preguntes com: **Què volem dir? Com ho estructurarem? Com ho comunicarem?:**

- Allò fonamental és pensar la finalitat que volem donar a la nostra pàgina web -si serà només informativa o volem també donar la possibilitat als usuaris que actuïn
- No oblidem que la interacció és molt atractiva, però també té necessitats de programació, un servidor, és a dir, disposar d'un pressupost.
- Hem de pensar com estructurarem els continguts per tal que l'usuari arribi de manera eficient a tots els nivells d'informació; quin llenguatge utilitzarem i quin disseny gràfic li voldrem donar.

És important tenir en compte alguns aspectes essencials:



- **Que sigui fàcil de consultar.** L'usuari ha d'accedir fàcilment als continguts que li interessin. És important que pugui reconèixer a cop d'ull quins són els objectius generals de la nostra campanya, així com les principals línies d'argumentació i actuació.
- **Que els continguts siguin dinàmics.** Un dels atractius pels quals l'usuari torni a la nostra web és la seva permanent actualització. Per això és fonamental que mantinguem al dia la informació, activitats, fites de la nostra campanya, etc.
- **Que sigui accessible per a tothom.** Tenir en compte certs aspectes del disseny de la nostra pàgina que puguin **facilitar-hi l'accés a persones amb discapacitats**. Podeu trobar més informació sobre eines i disseny per a facilitar l'accés a persones amb discapacitat a la Web Accessibility Initiative (WAI): <http://www.w3.org/WAI/>

Serà interessant que hi incorporem apartats sobre aquests aspectes:

- **Notícies:** amb l'arxiu de les notícies que es vagin generant a la nostra campanya.
- **Multimèdia:** com a material de suport a la campanya, podem incloure les imatges i vídeos si en disposem..
- **Agenda:** amb les convocatòries de les activitats que puguin reforçar la nostra campanya.
- **Documents:** amb tot el material informatiu que elaborem a la campanya, en format digital fàcilment accessible.
- **La nostra organització:** explicar de manera clara i senzilla qui som, quina és la nostra finalitat i com establir contacte amb nosaltres, fins i tot quanta gent dóna suport a la nostra campanya.

El moviment pel Software Lliure

Són moltes les persones i col·lectius que, des d'àmbits diversos promouen que l'accés al coneixement que dóna el desenvolupament de la Tecnologia de la Informació i la Comunicació (TIC) sigui lliure: el coneixement científic i allò que la seva gestió proporciona (en el cas de les ITC, noves possibilitats d'accés i gestió d'informació) ha d'estar en mans de tota la Humanitat. En aquest sentit, **el Software Lliure aposta per un model d'evolució de les ITC que promou l'accés universal a la informació.**

Apostar pel Software Lliure és apostar per una societat de la informació i del coneixement lliure.

Per a més informació

<http://www.fsf.org/home.es.html>



El treball amb els mitjans de comunicació

Ja hem vist diferents exemples de comunicació directa on no necessitem cap intermediari per arribar als nostres destinataris: les publicacions i el material divulgatiu, la web, les xerrades i la resta d'activitats que ideem per comunicar directament a les persones la nostra campanya. Generalment, aquesta manera de comunicació té una fita limitada, encara que segons l'activitat i l'objectiu que estem treballant pot ésser més efectiva.

La ràdio, la premsa o la televisió –ja siguin d'àmbit local o d'àmbit nacional– són una eina imprescindible per aconseguir una major difusió de la nostra campanya.

Aconseguir la presència als mitjans de comunicació requereix un coneixement bàsic de la seva manera de funcionar.

Perquè la nostra feina amb els mitjans de comunicació sigui eficaç hem de tenir en compte:

- Un cop tenim clar què és el que hem de comunicar i per a què, hem de **decidir a quins mitjans ens dirigirem**.
- És important conèixer **com funcionen**, quins són els seus llenguatges i necessitats i **adaptar-nos a la manera de treballar dels diferents mitjans**.
- **Si disposem de recursos i suficient gent, és fonamental que almenys hi hagi una persona que s'encarregui de mantenir contacte amb els mitjans de comunicació**. En qualsevol cas, sempre hem de fer especial esment a conèixer els aspectes bàsics del treball amb la premsa.
- És important **elaborar un llistat de contactes de premsa i mantenir-lo actualitzat**. Si els facilitem informació de manera regular, però sense saturar-los, i mantenim una relació continuada i àgil ajudarà al fet que coneguin la nostra campanya. En ocasions fins i tot ens podran assessorar en part de la nostra feina.
- **Hem de decidir qui actuarà de portaveus**. Es tracta d'un paper molt important: són la cara i la veu de la nostra Associació davant els mitjans de comunicació. **Un bon portaveu ha de tenir clars els missatges i les idees de fons i estar preparat per respondre preguntes compromeses**. Al fer declaracions no s'ha d'oblidar que ens estem dirigint als mitjans de comunicació i que ho fem en nom d'una organització o associació que ens ha confiat aquesta tasca, i no en nom propi.

A continuació contemplarem eines fonamentals com són el comunicat de premsa, l'entrevista i la roda de premsa. Es tracta d'orientacions generals que cada grup haurà d'adaptar en funció de la seva realitat: recursos econòmics i humans, ressò de la campanya, etc.

1. El comunicat de premsa

El comunicat de premsa és **la nota informativa que enviarem als mitjans per a comunicar alguna cosa**, que pot ser la denúncia d'una situació, la resolució d'un cas als tribunals, la presentació d'un informe, un conjunt de demandes, les alternatives que proposem a un problema, etc.

Hem de tenir en compte que la informació no serà transcrita de manera directa, serveix com a punt de partida als periodistes per elaborar la seva pròpia redacció.

Un comunicat de premsa ha de tenir format periòdic i estar estructurat com una notícia, responent a sis preguntes bàsiques:

- **Què passa:** el fet, què va passar, o què passarà
- **Qui són** els protagonistes (l'organització, els receptors d'una demanda...)
- **Com** va succeir o com succeirà
- **Quan s'esdevé:** avui, demà, la setmana vinent
- **On s'esdevé:** el lloc on succeeix la notícia
- **Per què / Per a què:** quines en són les causes i quina motivació hi ha per generar una notícia

El comunicat de premsa ens servirà per mantenir als mitjans de comunicació informats de la marxa de la nostra campanya.

El comunicat ha d'ésser clar, concís i breu.

Hem de tenir cura també de la seva presentació i la seva estructura.

Un text amb dades precises, estrictament informatiu i que respongui a les anteriors preguntes té més oportunitats que els mitjans de comunicació el tinguin en compte.

Els mitjans de comunicació reben una gran quantitat de comunicats de premsa cada dia i han d'escollir, segons la prioritat informativa. **Per això és necessari que els comunicats de premsa siguin clars, concrets i breus.**

Abans d'escriure el comunicat hem de tenir en compte el següent:

- **Cal analitzar si la informació és important.** No hi ha res pitjor que "cremar els periodistes" amb comunicats trivials, i és la millor manera que la nostra Associació perdi la credibilitat davant d'ells.
- **Cal tenir en compte l'audiència** dels mitjans de comunicació als quals ens dirigim:

Estructura d'un comunicat de premsa:

- **Especificació que es tracta d'un comunicat de premsa.**
- **Data.**
- **Capçalera i/o logotip** de l'organització o associació
- **Titular** (curt, si és possible de no més d'una línia, estrictament informatiu i, si és possible, impactant), amb una mida de lletra més gran que la del text. El titular **constitueix el primer nivell informatiu.**
- **Sumari** (un resum en dues línies d'allò que volem transmetre, o una ampliació del missatge del titular). El sumari, o en el seu defecte el primer paràgraf, constituirà el segon nivell informatiu.

- **Text.** És convenient indicar a l'inici la ciutat des de la qual s'escriu. **El primer paràgraf ha de dir allò que ens interessa que es conegui.** El text ha de comptar amb **dades precises.** Podrà incloure declaracions dels portaveus.
- Indicar el final del text del comunicat i després, **fer referència als portaveus que poden brindar més informació, indicant els seus números de telèfon.**
- Si existeixen **dades complementàries** o un document, informe, etc., que pugui oferir més informació als periodistes que desitgin aprofundir en el tema, **indicar-ho al final, en un apartat de "Notes".**

Extensió i estil: l'extensió ha d'ésser reduïda per tal de facilitar-ne la lectura, ha de reduir-se a una pàgina, o com a màxim dues. Els comunicats llargs no es llegeixen. **El primer i el segon paràgraf són clau per tal que un periodista segueixi llegint o descarti la història.**

Les oracions han d'ésser curtes i clares. Els paràgrafs no han d'excedir les quatre o cinc línies. Si es considera necessari, **podem ressaltar amb negreta allò que volem destacar.** Hem de tractar de **sintetitzar la informació.**

El comunicat de premsa és informatiu, no publicitari, per això hem d'evitar, en la mesura que sigui possible, els adjectius qualificatius o superlatius. Hem de limitar-nos a explicar els fets de manera veraç i correcta.

Resulta molt útil demanar a una o dues persones de confiança que no estiguin familiaritzades amb el tema o amb la campanya, que llegeixin el comunicat per **assegurar-nos que s'entén bé.**

Distribució: **dependent del ressò de la nostra campanya** (local, regional, autonòmic, estatal, internacional) **seleccionarem els mitjans de comunicació on cal enviar el nostre comunicat**. Existeixen també agències que realitzen aquests serveis però per a això necessitem pressupost. **És molt útil tenir guardats els números i les adreces dels principals mitjans i agències informatives** que hem seleccionat als nostres correus electrònics o a la memòria del nostre fax. **Els comunicats han d'anar dirigits a un/a periodista o a una secció concreta** per assegurar-nos que arriba al destinatari que volem.

2. L'entrevista

Hem d'ésser conscients que una entrevista serà vista, sentida o llegida per milers de persones, i que és una bona oportunitat per fer arribar el nostre missatge. A diferència del comunicat de premsa, on un periodista editarà la nostra notícia, **a l'entrevista som nosaltres mateixos qui fem arribar el nostre missatge**.

Serà útil que abans de l'entrevista puguem:

- **Conèixer l'entorn i l'audiència.** Encara que normalment els mateixos mitjans de comunicació ens informaran d'aquests aspectes, **per a entrevistes a la ràdio o a la televisió, és convenient mantenir una breu conversa amb el productor o periodista per saber si l'entrevista serà gravada o en directe, la seva durada, si en podem tenir còpia, si serem els únics convidats, els temes que tractarem (si n'hi ha més d'un), si entraran trucades del públic, etc.**

L'entrevista és una excel·lent ocasió per donar a conèixer la nostra campanya.

Si es tracta d'una entrevista a la televisió, hem d'oferir els suports audiovisuals vídeos, fotos, etc.) que tinguem sobre la nostra campanya. Sempre preguntant en quin format de vídeo grava la televisió i quina qualitat d'imatge necessiten (no dóna la mateixa qualitat una càmera professional que la gravació feta amb una càmera d'aficionats)

Pot ser que hi hagi mitjans o periodistes hostils a la nostra campanya. No renunciem a una entrevista amb ells, ens donarà l'oportunitat d'afermar els nostres missatges i transmetre a un públic poc receptiu el problema que denunciem.

- **Preparar la nostra intervenció.** És útil apuntar-nos en un paper els punts clau que volem comunicar. És millor limitar-nos a fer-ne arribar un, o com a màxim tres punts clau, per no confondre el públic o desviar la seva atenció.

També és útil anticipar les preguntes més probables segons la conjuntura o els últims esdeveniments, preparant una llista de possibles preguntes i respostes. En ocasions és millor renunciar a una entrevista abans de fer un mal paper si no estem ben preparats.

També és important tenir cura de la nostra actitud durant l'entrevista. Algunes claus són:

- **Tranquil·litat i concentració.** És important mantenir la calma i concentrar-se en allò que és important, en les idees bàsiques que volem transmetre.
- **Serietat, seguretat i franquesa.** No respondre a mitges ni improvisar. Tampoc hem de caure en contradiccions. **Si es desconeix la resposta, senzillament s'ha de reconèixer.** Si no es tracta d'una entrevista en directe, podem oferir-nos a buscar les dades i facilitar-les posteriorment. Si no entenem bé una pregunta o la seva repercussió, no ens hem d'avergonyir de demanar que ens ho aclareixin, no podem pretendre ser experts en tots els aspectes del problema.
- **Amabilitat.** Siguem comprensius i amables. No ens prenguem les preguntes que continguin un plantejament diferent al nostre com un atac. Aprofitem l'ocasió per exposar el nostre punt de vista sobre el tema.

En relació al llenguatge, hem de procurar:

- **Claredat i senzillesa.** Utilitzar sempre un llenguatge clar, evitant tant com sigui possible girs i termes tècnics o en un altre idioma (si s'usen, explicar-los breument en llenguatge col·loquial). **Parlar a poc a poc.**
- **Brevetat.** Deixar clar el nostre missatge, no allargar-nos desviant l'atenció amb altres temes.
- **Tenir cura del llenguatge corporal.** La manera com movem les mans, gesticulem, seiem serà tan important per transmetre el nostre missatge com el llenguatge que utilitzem.

A l'hora de contestar, el més importat és:

- **Dir allò que volem dir.** Per això hem acceptat/sol·licitat l'entrevista. En els debats és important que ens identifiquin amb la nostra idea, per això ens presentarem després d'agrair la invitació i comentarem breument la nostra postura.
- De vegades és convenient tornar a formular la pregunta amb les nostres paraules i, **si és necessari, proporcionar informació addicional abans de contestar.** Així, a part d'assegurar-nos que hem entès la pregunta, l'entrevistador i el públic entendran millor el problema i la nostra resposta. Si el tema és molt complex, haurem de resumir els conceptes clau durant la conclusió.
- **Si és necessari, abans de contestar la pregunta, posarem en perspectiva el problema per donar-li la dimensió que té** ("aquest tram de riu no és l'únic contaminat, hem comprovat que més de 25 quilòmetres vénen mostrant una contaminació severa des de fa anys. S'ha de recordar que aquest riu rega les hortes de 40 municipis...", "aquesta situació, que persisteix des de 1995...").
- **Dirigir les nostres respostes a l'audiència** i no a l'entrevistador, essent directes i concrets, sense divagar ni perdre el temps.

Per salvar situacions difícils, ens ajudarà:

- **Mantenir la calma.**
- **No deixar passar judicis o asseveracions falses sense corregir** per evitar qualsevol error, per petit que sigui, o acusacions injustificades.
- **Davant de preguntes difícils**, ja sigui perquè són llargues de respondre, ja sigui perquè desvien el tema o ja sigui perquè són hostils, **és convenient tornar al missatge clau que volem transmetre.**

Resumint, és fonamental ser "natural" i tenir les idees clares.

Una bona resposta:

- › **Respon la pregunta.**
- › S'enuncia positivament. Hi haurà situacions en les quals inevitablement haurem de mantenir una posició crítica, fins i tot dura, però **sempre hem de recordar les alternatives i proposar solucions.** Nosaltres no som part del problema, volem ser part de la solució.
- › Respon de manera **concisa i objectiva.**
- › **Mai respon a rumors** o situacions infundades.
- › **És coherent** amb la nostra campanya i els nostres objectius.

3. La roda de premsa

La roda de premsa NOMÉS s'ha de realitzar quan hi ha alguna cosa NOVA i important per a comunicar. Pot estar motivada per un fet extern a la nostra Associació, però relacionat amb la nostra campanya, o perquè hem de presentar públicament un informe, una denúncia, els resultats d'unes analítiques, anunciar l'aliança amb altres ONGs, presentar els milers de signatures que hem aconseguit per recolzar la nostra campanya, anunciar un acte (una marxa, el lliurament d'una petició a les autoritats, una acció judicial), etc.

Dia i hora: el dia dependrà del motiu de la roda de premsa, però **si és possible, és preferible no fer-la durant el cap de setmana.** L'horari és important. **La millor hora acostuma a ser sobre les 11:00 del matí,** així la notícia pot sortir als informatius del migdia i als de la nit.

Lloc: ha de celebrar-se a **un lloc accessible, ampli i còmode,** i si és possible, amb bona llum. Si la nostra Associació no té un local amb aquestes característiques, en podem demanar un a una altra Associació, a un centre cultural, a un col·legi, a l'ajuntament, o fins i tot llogar una sala.

S'ha de preparar una taula on seguïn les persones que han de fer la roda de premsa. **Posarem un cartell o pancarta enfront de la taula o darrera, amb el nom de l'organització i el missatge principal que volem transmetre o amb el nom de la campanya.** Així, ens assegurem que a les fotos o a les imatges de la televisió es vegi fàcilment el nostre missatge bàsic.

La roda de premsa és l'ocasió per explicar una novetat important a la nostra campanya.

Tinguem cura de cada detall!

Convocatòria: un o dos dies abans de la roda de premsa hem d'elaborar una nota amb la convocatòria, indicant el dia, l'hora, el lloc, qui la convoca i amb quin motiu, així com un telèfon de contacte.

Enviar la convocatòria als mitjans pot ser que no sigui suficient. **És molt eficaç establir un contacte personal** amb el periodista o amb la producció del programa amb la redacció dels diaris reforçant la importància de la notícia, per tal que als mitjans els interessi cobrir la notícia.

Abans de la roda de premsa, hem de tenir en compte el següent:

- **Cal establir els nostres objectius de comunicació.** Pensar possibles preguntes i preparar les respostes ens ajudarà a clarificar i ordenar les idees. Si participem més d'una persona, deixar clar qui dirà què.
- **Designarem un moderador** per presentar qui participarà a la roda de premsa i ordenar després els torns de preguntes dels periodistes. Pot ésser un dels conferenciants, preferiblement qui no hagi de donar les explicacions tècniques.
- Una roda de premsa **és la millor oportunitat per fer-nos acompanyar d'experts** que puguin contestar els aspectes tècnics, ampliant la visió sobre el problema o la demanda.
- **Si disposem d'imatges sobre allò que volem denunciar, preparar còpies de cintes per lliurar als canals de televisió i fotografies pels mitjans escrits.** Els canals de televisió professionals necessiten una qualitat d'imatge molt alta, per la qual cosa, si es volen gravar imatges per tal que siguin emeses **s'ha d'assegurar que el format de vídeo sigui l'adequat** (encara que,

En preparar la roda de premsa hem de pensar què volem comunicar, qui hi participarà, de quines imatges disposem.... i no oblidar-nos de preparar un comunicat de premsa!

generalment, el cost d'aquestes gravacions és elevat), és preferible preguntar abans a les cadenes de televisió a les quals volem donar les imatges quina qualitat necessiten i amb quins formats treballen.

- **Prepararem un comunicat de premsa** on quedí clar allò que volem transmetre. El lliurarem als periodistes que assisteixin a la roda de premsa i, un cop acabada, l'enviarem als mitjans que no hagin assistit.

Durant la roda de premsa s'haurà de tenir en compte el següent:

- **Prendre nota dels noms dels periodistes que assisteixin i els mitjans de comunicació** pels quals treballen ens facilitarà futures comunicacions amb ells.
- **Cal lliurar als periodistes el comunicat de premsa i els documents que volem difondre** (un informe, un full informatiu, els resultats d'unes anàlisis, etc.).
- **Començarem aclarint el propòsit de la roda de premsa**, presentarem els conferenciants, recordarem que quan s'acabi els periodistes podran fer les seves preguntes o comentaris, i, si s'escau, comentarem que existeix material audiovisual per als interessats.
- **Les intervencions del conjunt de conferenciants no hauran d'excedir els vint minuts, com a molt mitja hora**, per mantenir l'atenció dels periodistes.
- **Pot agilitzar-se la roda de premsa amb una projecció curta, diapositives o una presentació des de l'ordinador.**

- **Cal recordar que en tot moment estem essent filmats i gravats.** Actuem amb normalitat, però sense oblidar-ho.

Un cop finalitzada la roda de premsa és important:

- Recordar que la roda de premsa no substitueix l'entrevista. **Si algun periodista desitja aprofundir en el tema se l'ha d'atendre a part.**
- **Fer arribar la documentació als mitjans convocats que no han pogut assistir-hi.**
- Realitzar, els dies següents, **una anàlisi de la cobertura que ha tingut la notícia i com l'han tractada els mitjans.** Analitzar què es va destacar, que es va recordar, quins temes són els que van interessar més, quins arguments són els que més s'han reflectit o quins s'han obviat.

4. Les imatges

L'obtenció, classificació i manteniment del material audiovisual és fonamental per a documentar les nostres denúncies a la premsa, fins i tot, davant dels tribunals. El nostre propi material audiovisual enfocarà els problemes segons el nostre punt de vista, ressaltant les qüestions que són importants per a nosaltres.

Si en el nostre grup no hi ha ningú que sigui bo prenent fotografies o filmant, i l'ocasió ho mereix, és aconsellable contractar un càmera i un fotògraf professional per tal d'obtenir imatges de qualitat. Molts cops, encara que els fets denunciats siguin evidents i molt greus, si les imatges no són bones, els diaris i televisions no podran utilitzar-les. Els diners que gastem per obtenir imatges de qualitat s'ha d'entendre com una inversió en bon material. Una bona imatge pot fer la volta al mon.

La distribució d'imatges als mitjans de comunicació es farà sempre mitjançant còpies, sempre que tinguem un equip amb el qual fer-les o es tingui el pressupost per pagar a una empresa de còpia de cintes. Si no és el cas, **es pot dur a les cadenes de televisió per tal que copiïn cada cinta.**

Nosaltres ens quedarem sempre amb els originals i els negatius.

Hem de considerar una prioritat disposar d'imatges de qualitat de la nostra campanya.

Independentment de les línies d'actuació que hem definit, hi ha dues àrees de treball que ens serviran i que mai poden faltar en la nostra campanya.

Material informatiu

Abans d'elaborar els materials:

- Definir les nostres necessitats
- Escollir els suports més adequats (paper, digital, audiovisual, altres...) i tenir cura que compleixin criteris ambientals.

Elaborar materials que convidin a la lectura.

Mitjans de comunicació

Escollir l'opció més adequada segons l'ocasió i preparar-la bé:

- Comunicat de premsa
- Entrevista
- Roda de premsa

Mantenir actualitzada la nostra llista de contactes de premsa i facilitar-los informació sempre que tinguem alguna cosa a dir.



La via legal

En molts casos la via legal se sumarà a les línies d'actuació de la nostra campanya. Analitzar l'abundant legislació ambiental sobrepassa els objectius d'aquesta guia i existeixen altres fonts a on recórrer. Per això ens hem centrat a les **eines legals que permeten la participació ciutadana**:

- El dret de tota la ciutadania a **accedir a la informació ambiental**.
- El mecanisme de **participació als processos d'avaluació d'impacte ambiental**.
- La possibilitat de recórrer a la **Iniciativa legislativa Popular** per proposar el desenvolupament de normativa als diferents parlaments.
- Les diferents **opcions per denunciar les agressions ambientals**.

Incloem també unes adreces de **webs** on trobar informació detallada sobre legislació ambiental.

La legislació també pot oferir-nos importants eines per a participar.

A la versió digital d'aquesta Guia, que és disponible a la web de Greenpeace (www.greenpeace.es), hi ha enllaços directes a la legislació, formularis, adreces web que esmentem en aquest apartat.

**La Constitució
recull el dret al
medi ambient.**

Dret al medi ambient

La Constitució espanyola de 1978 recull en el seu article 45 el dret de tots els ciutadans al medi ambient:

- 1.** Tothom té el dret a gaudir d'un medi ambient adequat per al desenvolupament de la persona, així com el deure de conservar-lo.
- 2.** Els poders públics vetllaran per la utilització racional de tots els recursos naturals, amb la finalitat de protegir i millorar la qualitat de vida i defensar i restaurar el medi ambient, recolzant-se en la indispensable solidaritat col·lectiva.
- 3.** Per als qui violin l'apartat anterior, en els termes que la Llei fixi s'establiran sancions penals o, en els seu cas, administratives, així com l'obligació d'arreglar els desperfectes causats”.

1. Dret d'accés a la informació ambiental

Tenir accés a la informació ambiental que és en poder de les administracions públiques és un dret bàsic, imprescindible per a una adequada participació ciutadana en la defensa del medi ambient.

No es tracta només del dret evident a conèixer la situació del medi on es viu, l'accés a la informació dóna lloc a una major conscienciació respecte al deteriorament ambiental i els seus efectes, i estimula l'exercici de la responsabilitat que totes les persones compartim en la protecció del medi ambient on es desenvolupa la vida.

Les institucions europees reconeixen el dret d'accés a la informació ambiental, que queda garantit mitjançant la **Directiva 90/313/CE** del 7 de Juny del 1990, posteriorment **modificada per la Directiva 2003/4/CE** del 28 de Gener de 2003, que deroga l'anterior.

Segons aquesta normativa europea, **l'Administració està obligada a oferir la informació tècnica que disposi quan li sigui sol·licitada.**

A Espanya, la transposició de la primera Directiva a la legislació nacional es va fer mitjançant la **Ley 38/1995** del 12 de desembre, sobre **Dret d'Accés a la Informació en matèria de medi Ambient**, modificada per la Ley 55/1999 del 29 de desembre, de **Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social.**

La informació és un requisit bàsic per a participar en la defensa del medi ambient. La legislació ens garanteix aquest dret.

En el moment d'elaborar aquesta Guia, està pendent la transposició de la segona Directiva europea, que haurà de modificar la legislació nacional.

Segons aquesta legislació, la informació ambiental que podem sol·licitar és relativa:

- A l'estat de les aigües, l'aire, el terra, la fauna, la flora, les terres i els espais naturals, i la interacció d'aquests elements.
- A les activitats i mesures que afectin o puguin afectar els elements enunciats anteriorment, hi queden inclosos els plans, programes i mides de gestió i protecció del medi.

Quina informació podem sol·licitar a les administracions públiques?

El Conveni d' Aarhus

Aquest Conveni Internacional sobre l'Accés a la Informació, que ha estat signat i fa poc ratificat per Espanya, **inclou sota el concepte d'informació ambiental, a part de l'esmentada anteriorment la relativa a:**

- Organismes modificats genèticament.
- L'energia, el soroll i la radiació.
- Anàlisis econòmiques, incloent-hi les de cost-benefici, en especial les utilitzades a la presa d'una decisió sobre el medi ambient.
- La salut, la seguretat i les condicions de la vida humana, el patrimoni cultural i les construccions, en la mesura que siguin o puguin ser afectats per l'estat dels elements del medi ambient o per aquests mateixos elements, o per les activitats, mesures o programes que a ells els afecti o els pugui afectar.

© **Preguntes i respostes sobre la Llei d'accés a la informació ambiental.**

Amb la finalitat de facilitar l'exercici del dret d'accés a la informació ambiental, **en resumim a continuació els elements més importants.**

Qui pot sol·licitar la informació?

Qualsevol persona física o jurídica, sense estar obligada a provar un interès determinat. La legislació espanyola, aplicant el principi de reciprocitat, restringeix l'àmbit a ciutadans nacionals o amb residència a un dels Estats de l'Espai Econòmic Europeu. Però la legislació europea i el Conveni d'Aarhus estableixen que qualsevol persona, de qualsevol lloc del món pot sol·licitar aquesta informació.

Qui està obligat a respondre la sol·licitud?

Qualsevol administració pública, ja sigui d'àmbit nacional, regional o local, que tingui responsabilitat i posseeixi informació ambiental en siguin o no els autors. En queden exclosos els organismes que actuen en l'exercici de poders judicials o legislatius.

És possible accedir a la informació d'una empresa privada?

Sí, si aquesta empresa està exercint responsabilitats de caràcter públic (normalment gestió de serveis públics) en matèria ambiental sota el control d'una autoritat pública competent.

Podem sol·licitar informació sense necessitat de justificar el nostre interès en el tema i l'Administració té l'obligació de respondre'ns.

Pot cobrar-se per la informació?

Sí, es pot cobrar **sense excedir d'un cost raonable** tal com reflecteix la Llei 55/1999. Encara que hem de tenir en compte que existeixen disposicions i pràctiques per les quals:

- La simple inspecció d'un document és sempre gratuïta.
- La còpia d'un determinat número de pàgines és gratuïta.
- El preu aplicat a les còpies és similar al del mercat.
- No es cobra el temps o treball emprat per la persona que s'ha ocupat de donar resposta a la sol·licitud.

Pot escollir-se el suport material de la informació?

Si, si la informació sol·licitada es troba en diferents suports (paper, electrònic...), l'administració proveirà al sol·licitant la informació en el suport material que la persona hagi escollit.

En quin termini s'ha de donar resposta a una sol·licitud?

Tan aviat com sigui possible, i en tot cas dins del termini de dos mesos. El còmput del termini es realitza des del dia que la sol·licitud té entrada al registre de l'òrgan competent.

La reforma del procediment administratiu introduïda per la Llei 55/1999 estableix que les administracions públiques queden obligades a informar a les persones sol·licitants dins dels **10 dies següents a la interposició de la sol·licitud davant de l'òrgan competent, dels següents aspectes:**

El termini màxim perquè ens responguin és de dos mesos.

- Termini màxim legalment establert per la resolució de la sol·licitud plantejada.
- Efectes que pugui tenir el silenci administratiu.
- Data de quan s'ha rebut la sol·licitud.

És possible denegar l'accés a la informació?

Sí, la denegació pot realitzar-se de manera expressa, mitjançant escrit, o mitjançant el "silenci administratiu", és a dir, si no ens contesten en el termini establert. Al cas de resolució negativa expressa, la contestació de l'Administració ha d'incloure, juntament amb la decisió on es motivarà la causa o causes per les quals es procedeix contra la sol·licitud, l'òrgan davant el qual ha de presentar-se recurs i el termini per interposar-lo.

També s'estableix que quan es negui part de la informació sol·licitada, se subministrarà la informació de la part que sigui possible.

Es pot recórrer la denegació?

Sí, és possible interposar un recurs administratiu o judicial, segons correspongui. A part, poden utilitzar-se altres mitjans per aconseguir una resposta satisfactòria a la sol·licitud d'informació plantejada:

- Acudir al **Defensor del Poble** o a figures anàlogues existents a les comunitats autònomes.
- Presentar una **Queixa davant la Comissió de les Comunitats Europees**, ja que es tracta de l'aplicació d'una Directiva, és a dir, d'una normativa comunitària de compliment obligat.

Si ens deneguen la informació podem recórrer.

- Plantejar la demanda d'informació ambiental als **Grups Parlamentaris** perquè la traslladin als parlamentaris regionals o al Parlament de l'Estat en forma de preguntes parlamentàries. Ja que es tracta de l'aplicació d'una Directiva Comunitària també es poden plantejar les preguntes al Parlament Europeu.

Com se sol·licita la informació?

La Llei no regula expressament com ha de realitzar-se una sol·licitud, encara que sí que deixa clar que la persona sol·licitant no té obligació d'acreditar cap interès determinat, és a dir, **no cal especificar per a què es vol la informació.**

La legislació espanyola estableix també que una sol·licitud clarament abusiva o massa general pot ésser refusada, per això **és important determinar quina informació es desitja obtenir i descriure-la de la manera més clara i completa possible.**

No existeix un model oficial de sol·licitud, però l'escrit que dirigirem ha de tenir uns continguts mínims que detallem a continuació. L'absència de qualsevol d'aquests requisits pot ser un motiu pel qual la nostra sol·licitud no sigui admesa.

Hem de tenir en compte que **qualsevol administració pot demanar que aquestes peticions es facin sobre la base d'un model oficial que ella mateixa determini.** Si és així, ens l'haurà de facilitar.

Siguem precisos al sol·licitar la informació.

MODEL DE SOL-LICITUD D'INFORMACIÓ

En/Na _____
amb DNI nº _____ , i domicili a _____
_____ (1),)actuant en nom i
representació de _____ (2), EXPOSA:

Que mitjançant el present escrit sol·licita informació conforme estableix la Llei 38/1995, del 12 de desembre, sobre el dret d'accés a la informació en matèria de medi ambient.

Essent la/ el _____ (3) competent en matèria de _____ (4), i d'acord amb l'Art.1 de dita Llei, ens dirigim a vostè per tal de sol·licitar-li _____ (5)

Per tot el que hem exposat, li preguem que donant per presentat aquest escrit, se serveixi admetre'l i resoldre'l en el termini de dos mesos que fixa l'Art. 4 de la Llei 38/995.

Justícia demanada a _____ , a _____ de _____ de _____

Signat:

- (1) Dades de la persona que sol·licita la informació
- (2) Nom de l'Associació o entitat
- (3) Òrgan o institució al qual sol·licitem la informació
- (4) Competència que posseeix i per la qual podem sol·licitar-li la informació
- (5) Aquí fem esment dels documents que sol·licitem, essent tan precisos com sigui possible respecte a la matèria. Cal indicar, també, la manera i forma com es desitja rebre la informació (fotocòpies, correu electrònic, inspecció dels documents, etc.)

La "Ley 30/1992 de 26 de noviembre de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común", i les seves posteriors modificacions, estableix que juntament amb la sol·licitud es pot aportar qualsevol element que permeti precisar les dades.

Per acabar, **pots presentar la sol·licitud directament a l'òrgan al qual va dirigida, a qualsevol altre registre de l'Administració General de l'Estat o de les administracions autonòmiques, així com a les oficines de Correus.** En aquest últim cas, s'ha d'enviar per **correu certificat administratiu**, així si deneguen la informació, es retarden o no donen exactament allò que demanàvem, es pot reclamar legalment.

Podem lliurar la sol·licitud a qualsevol registre de l'Administració o a correus.

2. L'Avaluació d'Impacte Ambiental: com participar

Quan desitgem obtenir informació sobre un projecte o un programa concret que encara no s'ha executat, però que podria posar en perill la conservació del medi ambient, podem **accedir-ne a la informació i participar en els processos de presa de decisions** mitjançant el procediment d'Avaluació d'Impacte Ambiental (AIA).

L'AIA considera, entre altres aspectes, que els efectes d'un projecte sobre el medi ambient han d'avaluar-se per a protegir la salut humana, contribuir mitjançant un millor entorn a la qualitat de vida, vetllar pel manteniment de la diversitat d'espècies i conservar la capacitat de reproducció del sistema com a recurs fonamental de la vida. **A part dels impactes ambientals, l'AIA valora els impactes sobre el patrimoni artístic i el patrimoni arqueològic** presents al lloc on s'ha d'ubicar el projecte.

A l'**àmbit comunitari**, l'AIA està regulada per la Directiva 85/337/CE del Consejo, del 27 de Juny del 1985, relativa a la "Evaluación de las Repercusiones de determinados Proyectos Públicos y Privados sobre el Medio Ambiente", modificada mitjançant la Directiva 97/11/CE del Consejo, del 3 de Març del 1997.

La **legislació espanyola** va trasposar la primera Directiva d'AIA mitjançant el Real Decreto Legislativo 1302/1986, del 28 de Juny d'Avaluació d'Impacte Ambiental i el Real Decreto 1131/1988 del 30 de setembre pel qual s'aprovava el seu Reglament. Les modificacions de la Directiva europea de 1997 es van adoptar mitjançant la Ley 6/2001 del 8 de Maig, de codificació del Real Decreto legislativo 1302/1986 del 28 de Juny d'Avaluació d'Impacte Ambiental. **Aquesta llei estableix** per uns annexos, **els pro-**

Participar al procediment d'avaluació d'impacte, a part de servir-nos per tractar d'influir a les decisions sobre el projecte, ens permet obtenir-ne informació.

jectes de diferents sectors (agricultura i ramaderia, indústria, mineria, construcció d'infraestructures...) **que han de sotmetre's, de manera obligatòria al procediment d'Avaluació d'Impacte Ambiental (Annex I), i els que han d'incloure una Avaluació d'Impacte Ambiental si així ho decideix l'òrgan ambiental (Annex II).**

En l'àmbit **autonòmic** existeix legislació específica que s'ha de consultar als **Butlletins Oficials de la comunitat autònoma corresponent**, ja que hi poden existir diferències significatives, entre altres, la determinació de quins projectes s'han de sotmetre a Avaluació d'Impacte Ambiental

És important consultar la legislació, l'estatal i la de la comunitat autònoma corresponent.

Avaluació de Plans i Programes

L'avaluació de l'impacte de Plans i Programes que afecten a gran part o a tot el territori es diu **Avaluació Ambiental Estratègica (AAE)**. La legislació estatal no observa l'obligatorietat de realitzar-la, en no haver transposat encara la Directiva 2001/42/CE del Parlament Europeu i del Consell, relativa a l'Avaluació dels Efectes de Determinats Plans i Programes en el medi Ambient. Al moment de finalitzar la redacció d'aquesta guia la transposició es troba en fase d'esborrany.

El procés
ens ofereix
diferents
moments
en els
quals poder
participar.
És important
estar-ne atents.

© Com participar en el procés

La participació en un procés d'AIA **ens permet aportar la nostra opinió i influir, així, en la presa de decisions sobre un projecte**, i alhora **ens facilita l'accés a la informació que se'n té**.

En el cas que la llei estableixi que s'ha de fer una AIA del projecte, és important que en coneguem el procediment, especificat al Real Decreto 1131/1988, ja que ens marcarà els diferents **moments en què podem participar** en el procés, obtenir informació i aportar la nostra opinió sobre el projecte, que resumim tot seguit:

- **Iniciació i consultes:** el promotor ha d'aportar, en primer lloc, una memòria resum del projecte a l'òrgan ambiental competent amb les característiques més significatives del projecte. Aquest òrgan administratiu podrà efectuar consultes prèvies als organismes, institucions, associacions o particulars que consideri oportú. **En aquest procés de consulta només hi podem participar si ens ho requereixen.**

En base a aquestes consultes i a les consideracions de l'òrgan ambiental el promotor del projecte realitzarà l'Estudi d'Impacte Ambiental (Es IA)

- **Informació pública:** l'EsIA es sotmet com a part del procediment al tràmit d'informació pública que **garanteix la participació de tothom que hi està interessat**. És important estar atents a aquest tràmit. La informació sobre la data d'inici, els terminis i les adreces a les quals ens hem d'adreçar per participar i presentar al·legacions es publicarà al Butlletí Oficial de l'Estat o a butlletins oficials de les comunitats autònomes. Podem consultar els butlletins a Internet, anar a veure els taulells d'anuncis de l'administració competent o telefonar periòdicament.

Hem d'estar al cas al compliment de terminis i disposicions. En moltes ocasions **s'han paralytitzat projectes per qüestions de forma** (incompliment de termini, no informació a totes les parts afectades/implicades), etc., més que de fons.

En aquesta fase és convenient fer un seguiment del procés, sol·licitant còpia dels informes i al·legacions que es puguin presentar. Podrem adherir-nos a les que coincideixin amb el nostre punt de vista i contestar les que considerem que perjudiquen el medi ambient o que contenen dades errònies.

- **Aprovació del Projecte:** un cop finalitzat el període de consulta, l'òrgan ambiental emet la **Declaració d'Impacte Ambiental (DIA)**, que determina la conveniència o no, a efectes ambientals, de desenvolupar el projecte i, en cas afirmatiu, estableix en quines condicions, especificant les mesures correctores i el seguiment de les actuacions. La DIA es remet a l'òrgan de l'Administració que ha de dictar l'aprovació del projecte. La declaració es farà pública al BOE o als butlletins autonòmics. **En el cas que s'aprovi el projecte, tenim la possibilitat de realitzar-ne un seguiment i comprovar que inclou les mesures recollides a la Declaració d'Impacte Ambiental.** Si no ho fa, podem reclamar-les.
- **Vigilància i Seguiment Ambiental:** com a última cosa, a les fases de construcció i posterior funcionament podem estar atents al compliment de totes les mesures ambientals establertes.

Vigilar que es compleixin els terminis i altres detalls del procés, és tan important com el seguiment de les qüestions de fons del projecte.

Per aquells projectes en els quals la normativa estableix que l'òrgan ambiental és qui decideix si s'ha de sotmetre o no al procediment d'AIA, es pot donar el cas que es desestimi la necessitat d'una AIA. En aquest cas, i si nosaltres pensem que l'execució d'un projecte produirà un impacte ambiental que és necessari identificar i minimitzar, **podríem tractar de fer canviar la seva opinió centrant la campanya en donar a conèixer els nostres arguments.**

Serà bo complementar la participació al procés legal amb activitats de campanya: divulgació, informació mitjançant els mitjans de comunicació de la marxa del procés o dels possibles incompliments que hi detectem, accions de pressió...

Si més enllà del nostre projecte concret, volem participar en els processos d'AIA dels projectes que es duren a terme a la nostra comarca, territori, etc., podrem dirigir-nos a l'òrgan ambiental corresponent per a :

- Segons la Directiva i la Llei de Dret d'Accés a la Informació Ambiental, sol·licitar per escrit que com a Associació, plataforma, col·lectiu, etc., **se'ns mantingui informats sobre els projectes, plans i programes** planejats o que es puguin planejar en el futur al nostre àmbit d'actuació (poble, barri, ciutat, comunitat autònoma, país...)
- Segons la Directiva i la Llei d'Avaluació d'Impacte Ambiental, sol·licitar per escrit que, donat el caràcter ambiental/social/cultural (el que correspongui) de la nostra Associació, **desitgem par-**

participar dels processos de presa de decisions que en forma part l'AIA que gestioni l'òrgan ambiental competent al qual ens estem dirigint.

ALGUNS CONCEPTES BÀSICS

-QUÈ ÉS L'AVALUACIÓ D'IMPACTE AMBIENTAL (AIA)?

És el procés d'anàlisi encaminat a predir els impactes ambientals que un projecte o activitat produiria, suposant que es dugués a terme, amb la finalitat d'establir la seva acceptabilitat, la seva idoneïtat, la seva necessitat de modificació, l'adopció de mides correctores i/o compensatòries o el refús per part de l'Administració. **La AIA és part del propi procés juridicoadministratiu que condueix a l'aprovació del projecte des del punt de vista legal. D'aquí la importància de la participació pública.**

- QUI POT PARTICIPAR EN EL PROCÉS?

Totes les persones, les entitats públiques i privades, les associacions, els col·lectius, els particulars i els sectors que hi estiguin interessats, i així ho comuniquin a les autoritats ambientals competents.

- QUÈ ÉS LA MEMÒRIA RESUM?

És el document inicial que dóna origen al procediment d'avaluació d'impacte ambiental. Conté les dades bàsiques del projecte.

- QUÈ ÉS L'ESTUDI D'IMPACTE AMBIENTAL (EIA)?

És l'**estudi tècnic** de caràcter interdisciplinari que ha d'aportar el promotor del projecte, sigui públic o privat. S'hi ha de subministrar la major informació possible sobre les característiques del projecte, els elements del medi ambient que puguin ésser afectats a les fases d'execució i explotació, i les mides proposades per evitar, corregir o compensar els efectes negatius sobre el medi ambient, i és un programa de vigilància ambiental.

- ORGANISMES RESPONSABLES DEL PROCÉS

- **Òrgan Substantiu:** l'autoritat que ha de concedir l'autorització, l'aprovació, la llicència o la concessió, conforme a la legislació que resulti aplicable. En el cas de projectes amb infraestructures, molts cops el promotor, per exemple el Ministeri de Foment, el Ministeri d'Agricultura, el Ministeri de Medi Ambient, les Conselleries d'obres públiques, les direccions generals, etc.
- **L'Òrgan Ambiental:** té la competència per formular les mesures de prevenció ambiental de la Declaració d'Impacte Ambiental (DIA). Per als projectes sotmesos a la AIA, la competència dels quals sigui de l'Administració General de l'Estat, l'Òrgan Ambiental és la Direcció General de Qualitat i Avaluació d'Impacte Ambiental del Ministeri de Medi Ambient, i l'òrgan equivalent en el cas que el projecte sigui competència d'una comunitat autònoma.

- LA DECLARACIÓ D'IMPACTE AMBIENTAL (DIA)

És el **pronunciament de l'Òrgan Ambiental** que determina, després del període de consulta pública, la conveniència o no de realitzar el pla, el programa o el projecte. En cas de determinar que el projecte pot dur-se a terme, DIA positiva, a més estableix les condicions com ha de realitzar-se, les mesures correctores, etc., per tal de protegir el medi ambient i els recursos naturals, tenint en compte el que preveu la legislació i els plans ambientals vigents. La DIA inclourà les consideracions apropiades per realitzar el seguiment ambiental de l'execució, el desenvolupament o el seu funcionament i, en el seu cas, clausura de l'actuació avaluada, segons el programa de vigilància, prescripcions de control o criteris de seguiment establerts.

Té caràcter vinculant i el seu condicionat s'incorpora a l'autorització de l'actuació.

3. La Iniciativa Legislativa Popular

La ILP té com a objectiu aconseguir les signatures necessàries per a presentar una proposició de llei al Parlament.

La capacitat de legislar al nostre país rau tant al Parlament estatal com als autonòmics. Per la qual cosa, les proposicions de lleis parteixen, principalment, dels grups parlamentaris. No obstant això, la **Constitució ens permet participar de manera directa en el mecanisme per a la proposició de lleis mitjançant la iniciativa popular o ciutadana.**

La Iniciativa Legislativa Popular (ILP) està regulada per la Ley Orgánica 3/1984 del 26 de Març que estableix que una proposició de llei presentada amb les signatures establertes s'ha de debatre al Parlament. **Es necessiten 500.000 signatures si la proposició de llei té competència estatal.** A l'àmbit autonòmic podem presentar una ILP per a aquelles matèries on la comunitat autonòmica hi tingui competències. **Existeix una legislació autonòmica específica que s'ha de consultar,** ja que el procediment varia i contempla requisits diferents, com el número de signatures que es necessiten o els terminis exigits.

La legislació autonòmica també contempla la **Iniciativa Legislativa dels Ajuntaments,** per la qual es pot presentar una proposició de llei si s'aconsegueixen sumar un nombre concret d'ajuntaments, la població dels quals sumi el nombre d'habitants establert per llei.

A l'àmbit estatal estan excloses de la ILP les següents matèries:

- Les que segons la Constitució són pròpies de lleis orgàniques
- Les de naturalesa tributària
- Les de caràcter internacional
- Les referents a la prerrogativa de gràcia
- Les citades als Articles 131 (planificació econòmica general) i 134.1 (elaboració dels pressupostos generals de l'Estat) de la Constitució.

A l'àmbit autonòmic, no es pot presentar una ILP en aquelles matèries en les que la comunitat autonòmica no hi té competències, a part d'aquelles de naturalesa pressupostària, tributària o que suposin una reforma de l'Estatut d'Autonomia. Totes les excepcions estan detallades a la legislació sobre ILP de cada comunitat autònoma.

Tampoc es pot proposar una ILP sobre un assumpte pel qual ja existeixi una Proposta de Llei d'algun grup parlamentari, o d'un mandat legislatiu en vigor, pel qual és convenient informar-se. **Des de la web del Congrés (<http://www.congreso.es/>) també podem accedir a les dels diferents parlaments autonòmics.**

La Iniciativa Legislativa Popular té un objectiu molt concret: la consecució d'una llei, però també pot representar un clar instrument de pressió política cap a les institucions. Ens permet contactar amb molta gent i donar projecció pública a la campanya, però no oblidem que exigeix un gran esforç de mobilització i de coordinació. És imprescindible informar-se del procediment legal establert i seguir-lo de rigorosament per a garantir que totes les signa-

Atenció als temes que queden exclosos de la possibilitat de presentar una ILP!

tures siguin vàlides i que complim amb tots els terminis exigits. Abans de decidir-nos a posar en marxa una ILP hem d'assegurar-nos que disposem del personal, del temps i dels recursos necessaris per a dur-la a terme.

Abans de decidir-nos a endegar una ILP, hem d'assegurar-nos que disposem del personal, del temps i dels recursos necessaris per dur-la a terme.

La ILP no la promouen legalment les associacions, sinó que ha de ser promoguda per un conjunt de ciutadans que formin una Comissió Promotora. Aquesta Comissió serà l'encarregada de dur formalment tot el procés.

⊙ Procediment

Resumim els aspectes fonamentals del procediment, segons indica la Lei 3/1984, encara que **és imprescindible consultar la legislació**, ja sigui a l'àmbit autonòmic o a l'àmbit estatal.

Requisits:

La Iniciativa Legislativa Popular s'exerceix mitjançant la presentació de proposicions de llei subscrietes per les signatures autenticades tal com determina la llei.

La posada en marxa del procediment exigeix **la presentació per una Comissió Promotora d'un escrit davant la Mesa del Congrés dels Diputats**. Aquest escrit de presentació ha de dur:

- El text articulat de la proposició de llei, precedit d'una exposició de motius
- Un document on es detallen les raons que aconsellen, segons els signants, la tramitació i aprovació per les Cambres de la proposició de llei

És imprescindible seguir de manera estricta totes les passes marcades per la llei.

- La relació dels membres que componen la Comissió Promotora de la iniciativa, amb expressió de les dades personals de tots ells.

Abans de presentar la proposició, **convé que ens posem en contacte amb algun lletrat** per a consultar la viabilitat de la proposta, demanant la seva opinió sobre l'escrit. És important tenir cura dels termes perquè prosperi.

Procediment i termini per a la recollida de signatures:

Un cop admesa la proposició, s'inicia el procediment per a la recollida de signatures (500.000 per a la normativa estatal) per al qual s'estableix un **termini màxim, que a l'àmbit estatal serà de sis mesos**, un cop admesa la ILP i aprovada per la Junta Electoral.

La Junta Electoral és qui garanteix la regularitat del procediment de recollida de signatures. Perquè aquestes siguin vàlides és imprescindible complir estrictament el procediment: **els plec de fulls de signatures han d'anar segellats i numerats per la Junta Electoral Central** i les signatures han d'estar autenticades. L'autenticació la pot dur a terme un notari, un secretari judicial o el secretari municipal corresponent. Per simplificar el procés, la llei permet a la Comissió Promotora tenir uns fedataris especials o persones assignades per la Comissió que certifiquen que les signatures que hi ha a un plec són autèntiques.

El procediment de recollida de signatures finalitza amb el seu lliurament a les Juntes Electorals Provincials en el termini que indica la llei. En general, si existeix una causa que ho justifica, els terminis són prorrogables, per tant, hem d'estar informats. **Si s'esgota el termini sense que s'hagi fet lliurament de les signatures la iniciativa caducarà.**

Tramitació Parlamentària

Un cop aconseguides les signatures, en nombre suficient i en el termini exigit, la proposta ha d'ésser admesa a debat pel Ple o la Mesa del Congrés segons els casos. Si resulta admesa a tràmit per a la seva discussió, ha de passar per una comissió especial –formada pels grups parlamentaris de la Cambra–. **S'ha d'estar molt a l'aguait durant tot aquest procés, realitzar un seguiment del debat i comprovar que no es modifica el text de la nostra proposta.**

Compensació per les despeses:

Com a última cosa, s'estableix una compensació estatal per les despeses realitzades, **sempre que s'arribi a les signatures exigides perquè prosperi la iniciativa.** Per aconseguir aquesta compensació econòmica, que varia segons la comunitat autònoma, **és necessari que ens informem abans de començar de quines són les condicions que hem de complir** per rebre-les. En qualsevol cas, serà imprescindible dur una comptabilitat clara de tot el procés.

Tot el procés de recollida de signatures presenta una bona oportunitat per organitzar nombrosos actes que mobilitzin als ciutadans a favor de la nostra campanya.

No oblidem informar mitjançant els mitjans de comunicació de la marxa de la ILP, de la seva admissió o no a tràmit, o dels possibles incompliments que hi trobem.

4. Denúncies, querelles i queixes

Existeix un ampli entramat de disposicions legals per a la protecció del medi ambient, normes sobre els espais naturals protegits, sobre urbanisme, residus, aigües, costes, energia, cacera, contaminació de l'atmosfera, vies pecuàries, etiquetatge, etc. Totes aquestes normatives constituïràn eines fonamentals a l'hora d'afrontar diferents actuacions.

La promulgació de lleis no és suficient perquè els drets siguin efectius. Es requereix que en tinguem consciència i que mantinguem la voluntat d'exercir-los.

Quan tinguem coneixement d'un acte que pot ésser delictiu contra el medi ambient, com a ciutadans i ciutadanes podem i hem d'utilitzar els mecanismes legals dels quals disposem per denunciar-ho.

A continuació **farem un repàs pels diferents tipus d'actuació que podem dur a terme, des de la denúncia administrativa, la denúncia penal, les querelles, les queixes i les reclamacions.** No hem d'oblidar que existeix la possibilitat, quan els procediments penals ja són iniciats d'ofici per la Fiscalia o el propi Jutjat, d'assistir-hi com a acusació, per la qual cosa necessitarem un advocat i un procurador.

Quan s'inicia una denúncia, una querella o una queixa, és convenient dirigir-la a l'organisme adequat, encara que en el cas que la presentem davant d'un òrgan que no ho sigui, aquest hauria de traslladar-la al que tingui aquesta competència, i ens ho hauria de comunicar.

Podem utilitzar diferents mecanismes per a denunciar possibles incompliments de l'abundant legislació ambiental existent.

Podem recórrer, segons els casos, a dos tipus de denúncia:

- Administrativa
- Penal

© Denúncia administrativa

És la posada en coneixement de l'Administració d'alguna infracció de la legislació o de la normativa administrativa, comunicant la realització d'uns fets presumiblement il·legals.

Dóna lloc a la tramitació d'un expedient i, si es produeix la comprovació dels fets denunciats, d'una sanció per part de l'autoritat administrativa competent.

És senzilla i gratuïta.

Organismes davant dels quals s'interposa: Autoritat Administrativa Competent. **Existeixen nombrosos casos, ja sigui de l'Administració Ambiental com de la Justícia, que tenen competències de seguiment, control i inspecció de les activitats potencialment infractores de la normativa ambiental.** Segons el cas, podem interposar la denúncia davant agents o inspectors ambientals d'ajuntaments, comunitats autònomes, confederacions hidrogràfiques o del SEPRONA (Servei de Protecció de la Natura de la Guàrdia Civil), agents forestals o membres de la policia judicial. Així com davant de diferents organismes, des dels ajuntaments, les conselleries de les comunitats autònomes, el Ministeri de Medi Ambient, els jutjats o les fiscalies, i la Unió Europea.

© Denúncia penal

És posar en coneixement de l'autoritat un fet que pot constituir o que té les característiques d'alguns dels delictes tipificats al Codi Penal.

El delicte **pot donar lloc a la tramitació d'un procediment penal**, que es pot iniciar amb diligències prèvies per a la investigació dels fets i dels autors.

Pot continuar amb el seu processament, segueix amb la vista oral o judici i acaba amb la sentència. Aquest procediment penal es pot iniciar com a conseqüència d'una denúncia o d'ofici (per iniciativa de la pròpia administració de justícia).

L'acció penal és pública: qualsevol ciutadà o ciutadana pot efectuar la denúncia d'uns fets que poden constituir delictes.

És senzilla i gratuïta.

Organismes on s'interposa: Jutjats, Fiscalia o Fiscalia de Medi Ambient a les comunitats on n'hi ha, Cossos o Forces de Seguretat de l'Estat o de les Comunitats Autònomes, SEPRONA (Servei de Protecció de la Natura de la Guàrdia Civil)

A la web del Ministerio del Interior podem trobar informació sobre el SEPRONA així com adreces de contacte **<http://www.guardiacivil.org/quesomos/organizacion/operaciones/seprona/index.jsp>**

En cas que dubtem si els fets constitueixen delictes o una simple infracció administrativa, el millor és dirigir-la al SEPRONA ja que segons la gravetat que hi apreciem, l'encaminaran, segons procedeixi, per via penal o per via administrativa.

Com
presentar
les denúncies.

Com es presenten les denúncies Administratives i Penals

Aquestes denúncies poden ser verbals (comunicant-les oralment a l'autoritat competent) o escrites. Si és possible, convé formular-les per escrit.

Encara que no és necessari per a la validesa de la denúncia, si es coneixen, convé aportar dades sobre la identificació dels presumptes autors, proves per a l'acreditació dels fets (des de fotografies i gravacions de vídeo, fins a testimonis, mostres d'aigua, de terra, de llots, etc.).

L'escrit de denúncia només ha de complir els requisits que es recullen al següent model:

MODEL DE DENÚNCIA

Al _____ (1)
En/Na _____ amb DNI
i domicili a _____ (2), compareix i diu:

Que mitjançant el present escrit realitza DENÚNCIA
contra _____ (3) basant-se en els següents fets:

- 1 _____
- 2 _____

A aquests fets són d'aplicació els següents fonaments
de dret (4):

- 1 _____
- 2 _____

Per tot el que hem exposat, sol·licito que, havent pre-
sentat aquest escrit, s'admeti i es tingui per presenta-
da denúncia contra _____ pels fets citats ante-
riorment.

A _____ (5), a _____ de _____ de _____

- (1)** Òrgan davant el qual es presenta l'escrit.
- (2)** Dades del denunciant o, en el cas d'una Associació, del seu presi-
dent o presidenta
- (3)** Si es coneix, s'ha de posar el nom de la persona o empresa auto-
ra dels fets, així com el seu domicili. Si no es coneix amb exacti-
tud, convé posar alguna dada identificativa que coneguem. En cas
contrari, no fa falta posar res.
- (4)** Només es posen les normes legals que considerem infringides, però
no és imprescindible.
- (5)** Localitat on es presenta la denúncia.

La querella és més complexa, requereix d'un advocat i d'un procurador i té una despesa econòmica.

© Querella

Es tracta d'una denúncia subjecta a formalismes especials, que **ha de ser presentada i tramitada per un advocat i per un procurador designats per a aquest cas mitjançant un poder notarial especial**, sense que valgui el poder notarial per a plets.

El que presenta la querella es constitueix en part acusadora del procés o procediment penal, passant a prendre part activa, formulant una acusació concreta, proposant o aportant proves, intervenint a la vista oral i en la resta de tràmits, acusant o sol·licitant penes i, finalment, impugnant o recurrent les resolucions judicials (providències de tràmit, autos o sentències) que es dictin durant el procés i que no li semblin ajustades a dret.

La utilització de la querella s'ha de reservar per casos d'especial gravetat i importància en els que ens interressi participar activament.

Té cost econòmic, ja que si s'admet a tràmit, el jutge pot imposar al querellant (el que la presenta) una fiança.

Organismes on s'interposa: Jutjats.

© Queixa davant la Comissió Europea

Qualsevol persona podrà acusar un Estat membre de la UE mitjançant la presentació d'una denúncia davant la Comissió Europea, denunciant una mesura (legislativa, reglamentària o administrativa) o una pràctica imputable a un Estat membre que consideri contràries a una disposició o a un principi de Dret comunitari.

Les queixes poden presentar-se davant la Comissió mitjançant una carta, però interessa al denunciant incloure el màxim d'informació pertinent. **Existeix un modelo de formulario de denuncia, que no és d'ús obligat, però ajuda a la seva elaboració i es pot trobar a :**

http://europa.eu.int/comm/secretariat_general/sgb/lexcomm

La queixa **es pot enviar per correu ordinari** a la Comissió de les Comunitats Europees. També **pot dipositar-se a una de les oficinas de representació de la Comissió** a cada un dels Estats Membres. Podem trobar informació a la **web de la Representación de la CE en España**, que serveix de via de contacte amb la Comissió i els seus serveis:

<http://europa.eu.int/spain/>

És senzilla i gratuïta.

Podrem presentar una queixa davant la Comissió Europea, si considerem que l'Estat podria estar incomplint la normativa comunitària.

Podrem dirigir-nos al Defensor del Poble quan considerem que l'Administració no respecta els drets recollits en el Títol I de la Constitució.

© Queixa al Defensor del Poble

Tota persona, natural o jurídica, pot dirigir-se al Defensor del Pueblo, quan l'Administració, en la seva activitat, no respecti els drets del títol 1r de la Constitució, on es troba el dret de tots els ciutadans de gaudir del medi ambient i a participar en els assumptes públics. Per aquest efecte el Defensor del Poble podrà supervisar l'activitat de l'Administració, donant compte a les Corts Generals. **El Defensor del Poble no està subjecte a cap mandat imperatiu, no rep instruccions de cap autoritat, desenvolupa les seves funcions amb autonomia** i gaudeix d'inviolabilitat i immunitat durant la seva estada al càrrec.

La competència del Defensor del Poble s'estén a la totalitat d'òrgans i autoritats de l'Administració General de l'Estat, de les Administracions de les Comunitats Autònomes i a les de les Administracions Locals. Així mateix, pot intervenir davant de qui actuen com a agents o col·laboradors de qualsevol d'aquestes administracions en el compliment o realització de finalitats o serveis públics.

No existeix un model oficial per la presentació d'aquestes queixes. Podrem dirigir una carta amb les dades personals (o les de l'Associació) de manera precisa, així com l'adreça on volem que ens enviïn la correspondència. A continuació elaborarem un text explicant la nostra queixa, **es recomana que el text no sobrepassi les 800 paraules. La queixa ha de presentar-se en el termini màxim d'un any, comptant a partir del moment que es té coneixement dels fets.**

A la web del Defensor del Pueblo hi ha un formulari disponible a la secció "Queixes per Internet". També es pot presentar l'escrit signat per fax, en persona o per correu ordinari a la Seu del Defensor del Poble.

Convé saber que la figura de Defensor del Poble també existeix a nivell d'algunes comunitats autònomes com Galícia, Andalusia, País Basc, Catalunya i Canàries.

A la web **<http://www.defensordelpueblo.es/>** es pot trobar informació sobre la institució, conèixer els requisits per a tramitar les queixes i fins i tot presentar-les gratuïtament per internet.

És senzilla i gratuïta

El defensor del Poble Europeu només té competència en assumptes relacionats amb una possible mala administració de les institucions europees.

⊙ Reclamació al Defensor del Poble Europeu

El Defensor del Pueblo Europeo **investiga les reclamacions relatives a la mala administració a l'acció de les institucions i òrgans de la Comunitat Europea**, amb exclusió del Tribunal de Justícia i el Tribunal de Primera Instància a l'exercici de les seves funcions jurisdiccionals. **No pot ocupar-se de reclamacions relatives a les administracions nacionals, regionals o locals dels Estats Membres.** La reclamació pot procedir de qualsevol persona d'un Estat Membre de la Unió Europea o que residixi a un Estat Membre. També poden fer-la les empreses, associacions o altres òrgans que tinguin un domicili social a la UE.

El Defensor del Poble Europeu procedeix, per pròpia iniciativa o després d'una reclamació, a efectuar totes les investigacions que consideri justificades per aclarir qualsevol cas de mala administració i n'informa a la institució o òrgan en qüestió, que pot fer-li arribar les seves observacions.

El Defensor del Poble **no pot intervenir en assumptes davant d'un tribunal o sobre els que ha recaigut ja una sentència.**

La reclamació **ha de presentar-se en el termini de dos anys** a partir de la data en què el demandant coneix els fets que la justifiquen. A més, **ha d'haver anat precedida de les gestions administratives adequades davant les institucions i òrgans en qüestió.**

Les reclamacions poden presentar-se en qualsevol de les llengües oficials de la Unió, expressant clarament contra quina o òrgan de la Comunitat Europea es dirigeix i el seu motiu.

Les reclamacions es poden enviar a l'oficina del Defensor del poble Europeu **per correu postal, per fax, per correu electrònic o utilitzant un model disponible a la seva web:**
<http://www.euro-ombudsman.eu.int>

Aquí es pot trobar també informació sobre aquest organisme i el seu àmbit d'actuació.

És senzilla i gratuïta

Qualsevol que sigui el tipus de denúncia o queixa que haguem escollit, podem informar als mitjans de comunicació de la marxa dels fets, contribuint, així, a la difusió de la nostra campanya.

TIPUS D'ACTUACIÓ	ORGANISMES DAVANT DELS QUALS S'INTERPOSA
Denúncia Administrativa	Autoritat Administrativa Competent
Denúncia Penal	Jutjats, Fiscalia, Fiscalia de Medi Ambient Cossos o Forces de Seguretat de l'Estat o de les Comunitats Autònomes SEPRONA
Querella	Jutjats
Queixa	Comissió Europea
Queixa	Defensor del Poble
Reclamació	Defensor del Poble Europeu

DEFINICIÓ

És posar en coneixement de l'Administració alguna infracció de la legislació o normativa administrativa, comunicant la realització d'uns fets presumiblement il·legals.

És senzilla i gratuïta.

És posar en coneixement de l'autoritat un fet que pot constituir o que té les característiques d'alguns dels delictes tipificats al Codi Penal

És senzilla i gratuïta.

Denúncia subjecta a formalismes especials, que ha d'estar presentada i tramitada per un advocat i per un procurador designats per aquest cas mitjançant un poder notarial especial, sense que valgui el poder general per a plets.

Amb cost econòmic.

Queixa que s'interposa quan un Estat Membre pot estar infringint una disposició o un principi de Dret comunitari, d'obligat compliment per a tots els Estats membres de la UE

És senzilla i gratuïta.

Queixa que s'interposa quan l'Administració, en la seva activitat, no respecti el dret de tots els ciutadans al medi ambient i a participar en els assumptes públics.

És senzilla i gratuïta.

Reclamació que s'interposa quan hi hagi una mala administració en l'acció de les institucions i òrgans de la Comunitat Europea. En són exclosos El Tribunal de Justícia i el Tribunal de Primera Instància en l'exercici de les seves funcions jurisdiccionals.

És senzilla i gratuïta.

5. Com accedir a la Legislació Ambiental: web d'interès

Ja sigui a la legislació europea com a l'estatal, existeixen normatives referents a impactes i conservació del medi ambient que hem de tenir en compte a l'hora d'emprendre una campanya. Algunes ja les hem tractades anteriorment, com la Llibertat d'Accés a la Informació o l'Avaluació d'Impacte Ambiental. Però **existeix nombrosa normativa referent a la protecció del medi ambient**, ja sigui relacionada amb el medi natural (biodiversitat, hàbitats costaners, flora, fauna, espais naturals protegits), amb el medi físic (atmosfera, rius, zones humides, aigües continentals, costes) o relacionada amb activitats humanes i medi ambient (urbanisme i infraestructures, energia i indústria, agricultura, ramaderia i pesca, activitats classificades, residus, incineració).

A continuació presentem les adreces de diversos organismes on es pot trobar la legislació vigent sobre les diferents matèries.

No oblidem que en casos complexos, és convenient cercar l'ajut d'advocats. En molts dels Col·legis d'Advocats existeix un Servei d'Orientació Jurídica d'ajut als ciutadans, on ens podem dirigir.

○ **Convenis internacionals sobre medi ambient:**

<http://untreaty.un.org>

Web de les **Nacions Unides** sobre Tractats Internacionals, a on hi podem trobar tots els Convenis Internacionals sobre medi ambient en anglès i francès.

○ **Normativa d'àmbit europeu :**

<http://www.europa.eu.int/>

Portal de la **Unió Europea** a on s'hi pot consultar l'activitat de la UE per temes, el funcionament de la institució, els documents i els serveis disponibles. Es pot accedir a tota la documentació sobre el dret europeu, així com als butlletins de la UE.

○ **Normativa d'àmbit estatal:**

<http://www.boe.es>

Web del **Butlletí Oficial de l'Estat**, a on es pot accedir a tota la legislació d'àmbit estatal publicada al BOE. També es pot aconseguir mitjançant el telèfon: 902 365 303 o escrivint a info@docu.boe.es

○ **Normativa d'àmbit autonòmic i provincial:**

<http://www.boe.es/g/es/boletines/boletines.php>

Des d'aquest **enllaç de la web del Butlletí Oficial de l'Estat** es pot accedir a la legislació publicada als butlletins autonòmics i provincials.

○ **Altres webs d'interès:**

<http://www.mma.es/normativa/legis/index.htm>

Web del Ministerio de Medio Ambiente a on podrem trobar legislació ambiental classificada en blocs temàtics: Generals, Aigües i Costes, Atmosfera, Conservació de la Natura, Impacte Ambiental, Residus, Activitats Classificades, Ordenació del Territori, Estructura Orgànica i Ajuts, subvencions i premis. Aquests blocs estan ordenats en tres subapartats segons la seva font normativa: Unió Europea, Estat i Comunitats Autònomes

<http://cde.ua.es/boe>

Web del **Centro de Documentación Europea de la Universidad de Alicante**, l'objectiu del qual és difondre la informació sobre la Unió Europea per fer-la assequible al públic en general.

Annex

Com crear una Associació

Què és una Associació

Una Associació és una agrupació de persones constituïda per a realitzar una activitat col·lectiva d'una manera estable, organitzades democràticament, i sense ànim de lucre. El Dret d'Associació està recollit a la Constitució, al seu article 22.

La **Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación** és el marc legal que estableix el règim mínim i comú al que s'ajustarà qualsevol model d'associació, sempre que no tingui una legislació específica com és el cas de sindicats, partits polítics, etc. **Aquesta llei ens proporciona la informació necessària per entendre quins són els fonaments d'una Associació i com es constitueix.**

Les persones que vulguin constituir una Associació han de posar-se d'acord en què és el que volen aconseguir, quin tipus d'activitats poden dur a terme, quin temps poden dedicar-hi, etc. Aquest acord informal és fonamental, i d'ell dependrà l'èxit de la nostra Associació i, el que és més important, el nostre èxit en la defensa del medi ambient

Un grup d'associacions es poden unir en una plataforma per a col·laborar en una campanya però aquesta figura no és una entitat jurídica.

"Sense ànim de lucre" no significa que no puguin generar-se excedents econòmics, sinó que, en cas d'haver-n'hi, s'hauran d'invertir en el compliment de les finalitats de l'Associació, i no es poden repartir beneficis entre els socis i les sòcies. També podem disposar de personal treballant amb un contracte laboral

Com constituir-la

Per crear una Associació són necessàries, com a mínim tres persones. A continuació detallem els tràmits que cal seguir, segons es tracti d'una Associació d'àmbit nacional o local.

Per a les associacions d'àmbit nacional:

- Cal elaborar l'Acta Fundacional o de Constitució (Modelo de Acta Fundacional).
- Cal elaborar els Estatutos de la Asociación (Modelo de Estatutos facilitado por el Registro de Asociaciones del Ministerio del Interior).
- Omplirem la sol·licitud per duplicat, signada per un dels socis fundadors, segons el Modelo facilitado por el Registro de Asociaciones del Ministerio del Interior.
- Haurem de pagar les taxes del registre (30 × aproximadament.), segons el Modelo 750 de autoliquidación a qualsevol de les oficines bancàries col·laboradores.
- Caldrà portar la documentació anterior, per duplicat, amb les signatures originals en ambdós exemplars, així com el resguard de l'ingrés de les taxes, al Registre Nacional d'Associacions, C/ Amador de los Ríos, 7 - Madrid. (Tlf. 91 537 25 07 / 02 - Fax 91 537 25 08).

Per a les associacions d'àmbit local els tràmits són els mateixos, però s'haurà de consultar a la comunidad autónoma correspondiente si existeixen models per als diferents documents, així com l'adreça del Registre.

Un cop constituïda la nostra Associació, ja sigui d'àmbit estatal o local, haurem de sol·licitar la targeta del CIF, legalitzar els llibres Actas, Socios i Contabilidad.

Els Estatuts

Els Estatuts són les **normes fonamentals del funcionament** d'una Associació i, malgrat no posseir el caràcter de norma jurídica, són **vinculants per a totes les persones sòcies**, ja que s'hi sotmeten voluntàriament quan ingressen a l'Associació.

Els Estatuts, segons s'estableix a l'article 7 de l'esmentada Llei Orgànica 1/2002, **han de contemplar de manera obligatòria els següents aspectes de la nostra Associació:**

- Denominació.
- Domicili.
- Àmbit territorial on realitzarà, principalment, les seves activitats.
- Durada, quan no es constitueixi per temps indefinit.
- Finalitats i activitats, descrits de manera precisa.
- Requisits i modalitats d'admissió i baixa, sanció i separació dels associats i, si s'escau, les classes d'associats que hi ha. Podran incloure també les conseqüències de l'impagament de les quotes per part dels associats.
- Drets i obligacions dels associats i, si s'escau, de cadascuna de les diferents modalitats.

- Criteris que garanteixin el funcionament democràtic de l'Associació.
- Òrgans de govern i representació, la seva composició, normes i procediments per a l'elecció i substitució dels seus membres, atribucions i durada dels càrrecs, causes de cessament, manera de deliberar, adoptar i executar acords i les persones o càrrecs amb facultat per a certificar-los, requisits perquè aquests òrgans quedin vàlidament constituïts, així com la quantitat de socis necessaris per poder convocar sessions dels òrgans de govern o proposar assumptes a l'ordre del dia.
- Règim d'administració, comptabilitat i documentació, així com la data de tancament de l'exercici associatiu.
- Patrimoni inicial i recursos econòmics dels quals es podrà fer ús.
- Causes de dissolució i destí del patrimoni en aquest cas, que no podrà desvirtuar el caràcter no lucratiu de l'entitat.

A aquests continguts obligatoris se n'hi podran afegir d'altres establerts pels socis i sòcies. Podrà elaborar-se també un Reglament de Règim Intern que reguli aspectes del funcionament de l'Associació que han estat definits als estatuts.

Òrgans d'una Associació

Segons s'estableix a l'article 11 de la Llei Orgànica 1/2002 els òrgans d'una Associació han de ser, com a mínim, els següents:

© **Assemblea General**

És l'òrgan on resideix la sobirania de l'Associació i està composta per tots els socis i les sòcies. Les seves característiques fonamentals (sempre que els Estatuts no tinguin altres previsions) són les següents:

- Ha de reunir-se, com a mínim, un cop l'any amb caràcter ordinari, per aprovar els comptes de l'any que acaba i el pressupost de l'any que comença.
- Les sessions extraordinàries se celebraran per a la modificació dels Estatuts i per allò que s'hi tingui previst.
- El quòrum necessari per la constitució de l'Assemblea serà d'una tercera part dels associats, a no ser que els estatuts tinguin previst alguna altra cosa.
- Els acords de l'Assemblea General s'adoptaran per majoria simple de les persones presents o representades, quan els vots afirmatius superin els negatius. No obstant això, requeriran majoria qualificada de les persones presents o representades –que en resultarà quan els vots afirmatius superin la meitat- els acords relatius a la dissolució de l'Associació, la modificació dels Estatuts, la disposició o encarnació dels béns i la remuneració dels membres de l'òrgan de representació

© Junta Directiva

L'òrgan de representació que normalment es denomina Junta Directiva, és l'encarregat de gestionar l'Associació durant el temps que transcorri entre la celebració de les Assemblees. Les seves facultats s'estenen, amb caràcter general, a tots els actes propis de les finalitats de l'Associació, sempre que no requereixin, conforme als Estatuts, autorització expressa de l'Assemblea general.

El seu funcionament dependrà d'allò que estableixin els Estatuts, sempre que no contradiguin l'article 11 de la Llei Orgànica 1/2002.

Funcionament

Al marge de les obligacions amb Hisenda, **l'Associació haurà de dur al dia el Libro de Actas, el Libro de Socios i els Libros de Contabilidad, que durà al Registre corresponent, per a la seva legalització.**

Els Llibres es poden comprar a les papereries, ja preparats per a poder ésser legalitzats al registre. **Si decidim dur al dia aquests Llibres mitjançant l'ordinador, haurem de legalitzar al Registre fulls solts** amb numeració correlativa, on després imprimirem les dades.

Aquests Llibres recullen les dades fonamentals de la vida de l'Associació. **Són el referent legal** davant terceres persones i davant els propis socis, dels acords i de la composició, origen i destí dels recursos econòmics de l'Associació, **d'aquí la importància de tenir-los al dia.**

A les associacions d'àmbit estatal, els llibres han de legalitzar-se al Registre Mercantil (Paseo de la Castellana 44, Tlf. 91 576 01 17 / 12 00), on es podran dur llibres enquadernats o fulls solts numerats correlativament, fins a un màxim de 500 per llibre.

A les associacions d'àmbit local, s'haurà de consultar a la comunitat autònoma corresponent.

© Llibre d'Actes

Es tracta d'un llibre de fulls numerats, on es recolliran les sessions dels òrgans de govern de l'Associació, amb especial referència als acords adoptats. La seva ordenació al Llibre serà cronològica, i en cas que deixéssim algun full o part d'ella sense escriure, l'anul·lariem, ratllant-la per a evitar anotacions que no corresponguin al desenvolupament de les sessions.

Cada Acta haurà de tenir les següents dades:

- Òrgan que es reuneix.
- Data, hora i lloc de la reunió.
- Número de convocatòria (primera o segona).
- Assistents (dades nominals o numèriques).
- Ordre del dia.
- Desenvolupament de la reunió amb els principals arguments lligats a les persones que els defensen.
- Acords adoptats.
- Sistema d'adopció dels acords i resultats numèrics.
- Signatura del/la Secretari/Secretària i vistiplau del President o Presidenta.

Les Actes s'han de recollir durant el desenvolupament de les sessions i presentar-se a la següent reunió de l'òrgan en qüestió per a la seva aprovació, per la qual cosa, normalment, el primer punt de l'ordre del dia consisteix en la lectura i aprovació de l'acta de la reunió anterior.

⊙ **Llibre de Socis**

El Llibre de Socis és un **registre de les altes i baixes de socis i sòcies** que es van produint a l'Associació. El format que venen a les papereries, consta d'una sèrie de columnes per recollir les dades de la persona sòcia, les dates d'alta i de baixa, el número de sòcia, etc. Pot resultar més senzill dur aquest control amb eines informàtiques, imprimint cada full, un cop complerta, als folis legalitzats pel Registre.

⊙ **Llibres de Comptabilitat**

A l'article 14 de la Llei Orgànica 1/2002, s'estableix la necessitat de dur, a falta del Reglament que matisi aquesta obligació, una "... comptabilitat que permeti obtenir la imatge fidel del patrimoni, del resultat i de la situació financera de l'entitat, així com les activitats realitzades, efectuar un inventari dels seus béns..." ; és a dir, **una contabilidad por partida doble i analítica**.

En el cas que la nostra Associació estigui donada d'alta en algun epígraf de l'Impuesto de Actividades Económicas estarem obligats pel Título III del Código de Comercio a dur una comptabilitat adaptada al Pla General Comptable. Això passarà en el cas que venguem algun tipus de material per aconseguir fons per a les nostres activitats. Per a entitats sense ànim de lucre seran d'aplicació les

Normas de Adaptación del Plan General de Contabilidad y Normas de Información Presupuestarias de Entidades Sin Fines Lucrativos.

Si l'Associació està declarada d'Utilitat Pública, haurà de dur una comptabilitat segons les Normas de Adaptación del Plan General de Contabilidad y Normas de Información Presupuestarias de Entidades Sin Fines Lucrativos, d'acord amb la Llei 49/2002, de 23 de desembre, de Régimen Fiscal de las Entidades sin Fines Lucrativos y de los Incentivos Fiscales al Mecenazgo, pel seu Art. 3.8.

Utilitat Pública

Podran ésser declarades d'Utilitat Pública les associacions que compleixin els requisits establerts a l'article 32 de la Llei Orgànica 1/2002.

Recomanem la consulta d'aquesta llei si hi ha interès i la possibilitat que la nostra Associació sigui declarada d'Utilitat Pública.

La declaració d'Utilitat Pública per part del Ministeri de l'Interior suposa, a part d'un reconeixement social de la feina de l'entitat, la possibilitat d'acollir-se a una sèrie de beneficis fiscals i la capacitat d'utilitzar la menció "Declarada d'Utilitat Pública". Aquestes obligacions i beneficis fiscals poden consultar-se a l'Art. 3 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de Régimen Fiscal de las Entidades sin Fines Lucrativos y de los Incentivos Fiscales al Mecenazgo, i a altres disposicions.

En qualsevol cas, per a una major informació del procediment és convenient llegir el **Real Decreto 1786/1996**, de 19 de julio, sobre **Procedimientos Relativos a Asociaciones de Utilidad Pública**.

Per a més informació:

La informació continguda als apartats relatius a la constitució d'una Associació, ha estat extreta de la "**Guía de Gestión de Entidades sin Ánimo de Lucro**". Autors: José Luis Herrero i Margarita Álvarez. Guia que **recomanen consultar tota sencera a la web:**

www.asociaciones.org

Algunes qüestions sobre finançament

Totes les associacions necessiten diners per a realitzar campanyes i dur a terme les seves activitats. Per tant, hem de recaptar fons. Per a això hem de tenir presents quatre aspectes fonamentals: **per a què necessitem els fons? Quants diners són necessaris? Com els recaptarem? Qui ho gestionarà?**

© Algunes qüestions sobre finançament

Generalment, serà per al **funcionament ordinari de l'Associació** i per a les **activitats concretes de la nostra campanya**. Hem de determinar les necessitats en ambdós casos, identificant quines seran les despeses de les activitats com la publicació d'un fulletó, les d'una excursió que organitzem, o les despeses derivades d'un procés legal.

És recomanable evitar despeses no necessàries. Per exemple, existeix una tendència a voler tenir un local per a l'Associació, això suposa, generalment, una despesa molt gran i potser prescindible en un principi, ja que per a celebrar una reunió es pot sol·licitar, puntualment, un centre cultural de l'ajuntament o el local d'una altra Associació (de veïns, mestresses de casa...).

© Determinar quants diners necessitem

Un cop definides les nostres necessitats hem de quantificar-les, per a això pressupostarem tots els costos que preveiem. Hem de tenir un enfocament global i a llarg termini, no solament hem de pensar en el que necessitarem en un futur immediat.

© Decidir com aconseguirem els diners

Podem aconseguir diners per a la nostra Associació amb les quotes que establim per als socis, amb donacions de simpatitzants, amb la venda de materials amb el nostre logotip o amb motius relacionats amb la campanya, amb l'organització de concerts, festes, sortejos, etc., existeixen moltes possibilitats.

Hem de pensar, també, que podem aconseguir finançament per altres vies, diferents a la recaptació. Moltes companyies i fundacions compten amb fons per donar suport a organitzacions no governamentals (ONG) o a projectes concrets. També l'Administració, ja sigui a nivell local, autonòmic o estatal, disposa de fons per a diversos projectes. Les diferents normatives en matèria d'associacionisme estableixen l'atorgament de subvencions (subjectes a una sèrie de criteris objectius) i la consecució de convenis entre l'administració i les ONG. Aquesta mateixa normativa estableix que les associacions tenen dret a accedir i a beneficiar-se de les mesures de suport econòmic, material (equips i infraestructura), tècnic, de formació i assessorament establertes per les mateixes Administracions Públiques.

Recaptar fons únicament amb les aportacions dels socis i la venda de material proporciona independència a l'hora d'actuar. Però cada Associació haurà

de valorar les possibilitats que li pugui oferir la concessió de subvencions i ajuts, ja sigui del sector privat com del públic, **vigilant que no limitin la seva llibertat d'actuació i que l'origen dels fons sigui coherent amb els objectius de l'Associació.** En aquest sentit s'ha de tenir en compte que cada cop amb més freqüència, **empreses que vénen generant severos danys sobre el medi ambient tenen una política de rentat d'imatge** precisament mitjançant la creació de fons per a projectes "ambientals", premis i altres maneres de col·laboració.

© **Escollir responsables per a les finances i la recaptació de fons**

El responsable de les finances ha de garantir que els fons s'usen per allò pel qual van ésser obtinguts, així com la seva bona administració. Per això, s'ha de tenir un registre detallat dels ingressos i les despeses, junt amb els seus justificants, de tal manera que sempre es conegui l'origen i la destinació dels fons.

És important que la persona encarregada d'aquesta tasca no sigui la mateixa que recapta els fons o que realitza les despeses, per tal d'assegurar la confiança i la transparència en aquest control, i per això se li ha de proporcionar tota la informació que es necessiti.

Amb aquest propòsit i per a facilitar la presa de decisions a la planificació d'activitats, aquesta persona responsable de la gestió financera presentarà informes periòdics de l'estat de comptes de manera que tots els membres de l'Associació els coneguin.

On trobar ajuda

Per a la realització d'aquest tipus de tasques es pot comptar amb l'ajut o l'assessorament de professionals com és el cas de la **Fundació Gestió i Participació Social** que entre altres activitats assessora a la gestió d'ONG i dóna serveis d'assessoria comptable. Podem accedir a ells mitjançant el portal

www.asociaciones.org

GREENPEACE

és una organització ecologista i pacifista internacional, política-ment i econòmica independent, que combina el diàleg amb la denúncia activa i no violenta per exposar problemes ambientals globals i promoure les solucions necessàries per aconseguir un futur sostenible i en pau.

Més informació:

www.greenpeace.es

Greenpeace Espanya

a Madrid

San Bernardo 107, 1ª
28015 Madrid
tel.: 91 444 14 00
fax: 91 447 15 98

a Barcelona

Ortigosa 5, 2º 1ª
08003 Barcelona
tel.: 93 310 13 00
fax: 93 310 51 18

Correu electrònic:

informacion@greenpeace.es