



Ghidul Bunelor Practici în utilizarea Inteligenței Artificiale în activitatea ONG-urilor și Grupurilor de Inițiativă

Instrumente gratuite sau accesibile, explicate pas cu pas, pentru asociațiile și grupurile de inițiativă care vor să comunice mai bine, să scrie proiecte, să lucreze împreună și să folosească AI cu cap.

Tudor Lapp (Lappsus) și Victor Babcinețchi



Finanțat de
Uniunea Europeană



CONTACT



centrul de
—politici și
—reform—



DEMOCRACY
REPORTING
INTERNATIONAL



Alianța
Asociațiilor de Băștinași

Ghidul Bunelor Practici în utilizarea Inteligenței Artificiale în activitatea ONG-urilor și Grupurilor de Inițiativă

Autori: Tudor Lapp (Lappsus) și Victor Babcinețchi

Editor: AO ProActive Group Moldova, în cadrul proiectului „PRO-Active Digital Communities – Ambasadori Digitali în Comunități Rurale”, în parteneriat cu Alianța Asociațiilor de Băștinași din Moldova.

Versiunea tipărită din 17 octombrie 2026. **Versiunea online, actualizată:** <https://ghid.lappsus.com/>

© 2026 AO ProActive Group Moldova. Textul este publicat sub licența Creative Commons Atribuire-Partajare în Condiții Identice 4.0 Internațional (CC BY-SA 4.0): îl puteți copia, tipări, traduce și adapta, inclusiv în scop comercial, cu condiția să menționați sursa și autorii și să publicați versiunile adaptate sub aceeași licență. Textul licenței: creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.ro. Logourile Uniunii Europene, ale partenerilor și ale programelor nu intră sub această licență și aparțin titularilor lor.

Acest material a fost produs și realizat cu suportul financiar al Uniunii Europene, în cadrul proiectului INSPIRĂ Moldova. Conținutul acestuia reprezintă responsabilitatea exclusivă a proiectului „PRO-Active Digital Communities – Ambasadori Digitali în Comunități Rurale”, implementat de AO ProActive Group Moldova, în parteneriat cu Alianța Asociațiilor de Băștinași din Moldova. Conținutul aparține AO ProActive Group Moldova și nu reflectă în mod necesar viziunea Uniunii Europene.

Cuprins

Introducere	5
Ce am făcut împreună	7
1. Vizibilitate și comunicare	9
Un afiș pentru eveniment în 20 de minute	10
Calendarul de postări pentru o lună	12
Un video scurt de la eveniment, filmat și montat pe telefon	14
Textul unei postări scris cu ajutorul AI	16
Canva	18
CapCut	20
Meta Business Suite	22
Profilul Companiei Google	24
MailerLite	26
Google Sites	28
2. Proiecte și finanțare	30
Arborele problemei: de la ce vedeți la cauzele reale	31
Cadrul logic pe o singură pagină	34
Unde și cum căutați finanțare	37
Un raport de activitate în 45 de minute	40
Google Docs	42
ngo.md	44
fundsforNGOs	46
Portalul UE Funding & Tenders	48
Google Sheets	50
3. Colaborare și organizare	52
Un Drive comun pentru asociație, organizat de la început	53
O ședință online a asociației, de la invitație la procesul-verbal	55
Google Drive	57
Google Calendar	59
Jitsi Meet	61
Trello	63
Padlet	65
4. Date și feedback	67
Un formular de înscriere în 15 minute	68
Un sondaj în comunitate, de la întrebări la grafic	70
Google Forms	73
KoboToolbox	75
Datawrapper	77
Data Studio (fostul Looker Studio)	79
5. AI în munca asociației	81
Rezumatul unui document lung, cu trimiteri la text	83
Cum verificați un răspuns primit de la AI	85

Recunoașteți dezinformarea și imaginile false	87
ChatGPT	90
Gemini.....	92
Claude	94
Gemini Notebook (fostul NotebookLM).....	96
Perplexity.....	98

6. Siguranță online..... 100

Protejați conturile asociației într-o seară	102
Autentificarea în doi pași.....	104
Bitwarden	106
Have I Been Pwned	108

Anexe 110

Biblioteca de prompturi.....	111
Autoevaluare digitală a asociației	118
Toate instrumentele pe scurt	120
Despre ghid	122

Introducere

Instrumente gratuite sau accesibile, explicate pas cu pas, pentru asociațiile și grupurile de inițiativă care vor să comunice mai bine, să scrie proiecte, să lucreze împreună și să folosească AI cu cap.

Cum folosiți ghidul tipărit

1. **Porniți de la ce aveți de făcut.** Capitolele 1-6 urmează nevoile unei asociații. Fiecare începe cu o pagină despre problemă și cu „Primul pas de azi”.
2. **Urmați o rețetă „cum să faceți”.** Fiecare are un exemplu dintr-o asociație, pașii pe rând și o listă de verificare pe care o bifați cu pixul.
3. **Deschideți fișa instrumentului doar când aveți nevoie.** Acolo găsiți costul (gratuit sau nu), pe ce merge, primii pași și adresa tutorialelor oficiale.
4. **Urmați trimerile.** Un „(p. 24)” după un nume arată pagina unde e explicat. Adresele de internet stau în paranteză, după text.
5. **Folosiți și versiunea online**, de la ghid.lappsus.com, unde linkurile se deschid direct și puteți căuta orice cuvânt. Codul QR e pe ultima pagină.

Dacă aveți doar 15 minute

Faceți **autoevaluarea** (p. 118), alegeți zona cu cele mai puține bife și urmați „Primul pas de azi” din capitolul ei.

De unde vine ghidul

Ghidul continuă programul „AI în Comunități” al ProActive Group Moldova. În sesiuni am lucrat cu academia și cu laboratoarele locale ale proiectului: am discutat ce este de fapt un model AI, am analizat probleme din comunitățile voastre, am definit publicul țintă și am desenat drumul unui beneficiar. Rezumatul e în **Ce am făcut împreună** (p. 7).

Ghidul merge un pas mai departe. Pe lângă AI, adună instrumentele de care o asociație mică are nevoie în fiecare săptămână: pentru afișe și postări, pentru documente comune, pentru formulare și tabele, pentru siguranța conturilor.

Trei principii ale ghidului

- **Întâi gratuit.** Am ales instrumente care au un plan gratuit sau o ofertă pentru ONG-uri. Unde oferta depinde de țară, scriem să verificați eligibilitatea pentru Moldova.

- **Datele oamenilor nu se dau la întâmplare.** Numele, telefoanele și situația beneficiarilor nu se lipsesc într-un asistent AI și nu stau într-un tabel deschis oricui are linkul.
- **AI e un asistent care greșește cu încredere.** Vă dă un prim draft și idei. Verificarea, tonul și decizia rămân la voi.

Ce am făcut împreună

Pe scurt, ce am lucrat în sesiunile „AI în Comunități” și unde continuați în ghid.

Sesiunile „AI în Comunități” au avut două părți: una despre ce este și ce nu este inteligența artificială, alta despre cum o folosim la proiectele comunității. Toate materialele au rămas pe **panoul Padlet al sesiunilor** (padlet.com/lapptudor/ai-in-comunitati-pagm-3d2olubb0zl9hfqy).

Partea 1: ce este, de fapt, AI

Pe ce e construit. Am pornit de la ideea că un model AI învață din foarte multe exemple etichetate și ajunge să sorteze și să prezică după criteriile pe care le-a extras din ele. Am văzut cum se antrenează o rețea neuronală și ce sunt parametrii unui model.

Cum vă alege algoritmul ce vedeți. Cu simularea **Somekone** (somekone.gen-ai.fi/start) ați văzut cum un flux de social media învață din fiecare like și vă arată tot mai mult din același lucru.

Este un model de limbaj (LLM) inteligent cu adevărat? Răspunsurile voastre de pe Padlet au ajuns, pe drumuri diferite, la aceleași concluzii:

- poate analiza foarte multă informație și o poate structura clar;
- greșește des și uneori dă răspunsuri diferite, toate greșite, la aceeași întrebare;
- tinde să fie de acord cu ce îi spuneți și își schimbă răspunsul la cerere;
- e „inteligent funcțional”, fără conștiință, fără scopuri proprii, fără experiența lumii.

Una dintre concluziile voastre

E inteligent funcțional, dar nu inteligent conștient.

În ghid continuați cu **AI în munca asociației** (p. 81), **cum verificați un răspuns AI** (p. 85) și **cum recunoașteți dezinformarea** (p. 87).

Partea 2: AI pentru proiectele comunității

O problemă locală, o soluție structurată. În grupuri ați ales o problemă din comunitate și ați construit o soluție pe patru cadrane, cu un buget teoretic mic, apoi ați pus-o pe flipchart. Asistentul AI a ajutat la idei și la verificarea logicii.

Publicul țintă. Ați descris pentru proiectul vostru:

- **persona:** cine este omul (vârstă, ocupație, alte detalii);
- **interesele:** ce îl atrage, de ce are nevoie;
- **durerile:** fricile, constrângerile și problemele care îl opresc să vină.

Regula a fost să folosiți AI pentru inspirație și pentru o critică a propriilor idei, apoi să discutați critica și să o validați voi.

Drumul beneficiarului. Cu ajutorul AI ați desenat un „funnel”, adică pașii prin care un om trece de la „aud prima dată de voi” la „mă implic”.

Un exemplu complet. Am analizat împreună cum un asistent AI poate scrie scenariul unui video de prezentare pentru o afacere locală, cu prompturile puse la vedere.

În ghid continuați cu **arborele problemei** (p. 31), **cadrul logic** (p. 34), **un video scurt filmat cu telefonul** (p. 14) și **biblioteca de prompturi** (p. 111).

Ce urmează

Ghidul e făcut ca să-l explorați singuri, în ritmul vostru. Dacă un instrument din el v-a ajutat la un proiect real, spuneți-ne: exemplele voastre sunt cele mai bune rețete pentru următoarea ediție.

CAPITOLUL 1

Vizibilitate și comunicare

Cum află oamenii din comunitate ce face asociația voastră, când și unde să vină și de ce merită să vă susțină.

O asociație mică face adesea lucruri bune pe care le știu doar cei care au participat. Anunțul pentru curățenia de sâmbătă apare cu o zi înainte, pozele de la festival rămân în telefonul cuiva, iar finanțatorii și primăria nu văd nimic din munca voastră. Zona asta vă ajută să anunțați din timp, să arătați ce ați făcut și să fiți ușor de găsit, cu instrumente gratuite pe care le puteți folosi de pe telefon.

Instrumente

- **Canva** (p. 18): afișe, postări și invitații din șabloane gata făcute, în câteva minute.
- **CapCut** (p. 20): montați pe telefon un video scurt de la eveniment, cu subtitrări și muzică.
- **Meta Business Suite** (p. 22): programați din timp postările pe pagina de Facebook și pe Instagram și răspundeți la mesaje dintr-un singur loc.
- **Profilul Companiei Google** (p. 24): asociația apare pe Google Maps, cu adresă, program și telefon, dacă aveți un loc unde oamenii pot veni.
- **MailerLite** (p. 26): un buletin informativ pe e-mail pentru membri, susținători și parteneri.
- **Google Sites** (p. 28): un site simplu, gratuit, cu cine sunteți, ce faceți și cum vă contactează lumea.

Cum să faceți

- **Un afiș pentru eveniment în 20 de minute** (p. 10)
- **Calendarul de postări pentru o lună** (p. 12)
- **Un video scurt de la eveniment, filmat și montat pe telefon** (p. 14)
- **Textul unei postări scris cu ajutorul AI** (p. 16)

Primul pas de azi

Deschideți pagina de Facebook a asociației și uitați-vă la ultimele cinci postări ca un om din sat care nu vă cunoaște. Notați pe o foaie ce ar vrea să afle și nu găsește: data următoarei activități, un număr de telefon, o poză cu oamenii care fac treaba. Asta e lista voastră de început.

CUM SĂ FACEȚI

Un afiș pentru eveniment în 20 de minute

De la un șablon Canva la un afiș gata de pus pe Facebook și de tipărit pentru ușa primăriei.

Durata: 20 de minute

Nivel: Începător

Cu: Canva

Situația

Asociația organizează sâmbătă dimineață o curățenie în parcul satului. Vreți ca anunțul să apară pe pagina de Facebook și pe grupul satului până miercuri, iar câteva foi tipărite să ajungă la magazin, la primărie și la școală. Nu aveți grafician, aveți un telefon și 20 de minute.

De ce aveți nevoie

- Un cont **Canva** (p. 18), pe telefon sau calculator.
- Informațiile exacte: ce, când (zi, dată, oră), unde (un loc pe care îl știe toată lumea), ce să aducă oamenii, cine organizează, un telefon de contact.
- O poză proprie, dacă aveți: de la o curățenie de anul trecut sau cu parcul.
- Logo-ul asociației, dacă există.

Pașii

1. Scrieți mai întâi textul pe o foaie sau în notițele telefonului. Un afiș bun are puține cuvinte: un titlu mare („Curățenie în parcul satului”), data și ora, locul și o frază de invitație („Venim cu mânuși, sacii vi-i dăm noi”).
2. Deschideți Canva și căutați „afiș” pentru tipar sau „postare Facebook” pentru internet. Începeți cu formatul de care aveți cea mai mare nevoie. Pe celălalt îl faceți din primul, la pasul 8.
3. Alegeți un șablon cu puțin text și o imagine mare. Evitați șabloanele aglomerate, care se citesc greu pe telefon.
4. Înlocuiți titlul șablonului cu titlul vostru. Faceți-l cel mai mare element de pe pagină.
5. Puneți data, ora și locul pe rânduri separate, cu litere ușor de citit de la doi metri.
6. Înlocuiți poza din șablon cu poza voastră: trageți-o peste imaginea veche. Dacă nu aveți una, folosiți o fotografie din biblioteca Canva, fără coroniță.
7. Adăugați jos logo-ul, numele asociației și telefonul de contact.
8. Pentru celălalt format, folosiți funcția de redimensionare, dacă o aveți în planul vostru, sau creați un design nou de mărimea dorită și copiați elementele din primul.
9. Descărcați: PNG pentru Facebook și grupuri, PDF pentru tipar.
10. Publicați postarea cu afișul și un text scurt care repetă informațiile principale, pentru cei care nu deschid imaginea.

Cu AI

Un asistent AI (de exemplu **ChatGPT** (p. 90) sau **Gemini** (p. 92)) vă poate propune titluri și textul postării care însoțește afișul. Verificați data, ora și locul în ce vă dă: AI-ul nu le știe și le poate inventa.

Asociația noastră obștească organizează o curățenie în parcul satului, sâmbătă, de la ora 9:00. Ne adunăm la intrarea în parc, lângă monument. Sacii îi oferim noi, oamenii să vină cu mânuși.

Propune-mi 5 titluri scurte pentru afiș (maximum 5 cuvinte fiecare), într-o română simplă, caldă, fără exagerări.

Apoi scrie un text de 3-4 fraze pentru postarea de Facebook care însoțește afișul, cu toate informațiile practice la final.

Verificați înainte să publicați

- ☐ Data, ziua săptămânii și ora se potrivesc între ele (sâmbătă chiar cade la data scrisă).
- ☐ Locul e descris așa încât îl găsește și cineva care nu e din sat.
- ☐ Telefonul de contact e corect și cineva răspunde la el în zilele dinainte.
- ☐ Textul e fără greșeli și cu diacritice (ș, ț, ă, î, â).
- ☐ Titlul se citește pe ecranul telefonului fără să măriți imaginea.
- ☐ Oamenii din poze și-au dat acordul să apară pe afiș.
- ☐ Ați tipărit un exemplar de probă înainte de toate copiile.

Mergeți mai departe

- **Calendarul de postări pentru o lună** (p. 12), ca afișul să nu fie singura postare din lună.
- **Un video scurt de la eveniment** (p. 14), ca după curățenie să arătați rezultatul.
- **Textul unei postări scris cu ajutorul AI** (p. 16)
- **Canva** (p. 18) și **Vizibilitate și comunicare** (p. 9)

CUM SĂ FACEȚI

Calendarul de postări pentru o lună

Planificați într-o seară postările asociației pentru o lună întreagă și programați-le să apară singure.

Durata: 2 ore pentru prima lună, apoi aproximativ o oră pe lună

Nivel: Începător

Cu: Google Sheets, Canva, Meta Business Suite

Situația

Un club de tineret dintr-un oraș mic postează pe Facebook doar când are ceva mare: o dată în aprilie, apoi nimic până în iunie. Între timp, tinerii se întâlnesc în fiecare joi, pregătesc un spectacol și au plantat copaci lângă școală, dar nimeni nu vede asta. Vreți ca pagina să arate viu, cu două-trei postări pe săptămână, fără să stea cineva zilnic pe telefon.

De ce aveți nevoie

- Un tabel: **Google Sheets** (p. 50) sau chiar o foaie de hârtie pentru început.
- Lista activităților din luna care urmează, cu date.
- Acces de administrator la pagina de Facebook și, dacă aveți, la contul de Instagram.
- **Canva** (p. 18) pentru imagini și **Meta Business Suite** (p. 22) pentru programare.

Pașii

1. Scrieți toate datele importante ale lunii: activități, ședințe, sărbători locale, zile internaționale legate de ce faceți (de exemplu, Ziua Pământului pentru o acțiune de mediu).
2. Hotărâți un ritm pe care îl puteți ține. Două postări pe săptămână ținute toată luna valorează mai mult decât zece în prima săptămână și apoi tăcere.
3. Creați în Google Sheets un tabel cu coloanele: Data, Ora, Rețeaua, Tipul postării, Textul, Imaginea, Cine se ocupă, Stare (de pregătit, gata, programat, publicat).
4. Alternați tipurile de postări: anunț înainte de activitate, poze și rezultat după activitate, un om din echipă prezentat pe scurt, o informație utilă pentru comunitate, mulțumiri pentru parteneri și voluntari.
5. Completați tabelul pentru toată luna. Pentru activitățile care nu s-au întâmplat încă, lăsați loc pentru postarea „după”, cu textul de scris în ziua respectivă.
6. Pregătiți în Canva imaginile pentru postările care se pot face din timp: anunțuri, citate, prezentările membrilor.
7. Deschideți Meta Business Suite, secțiunea de planificare, și programați postările gata făcute la datele și orele din tabel. Marcați-le în tabel ca „programat”.
8. Împărțiți postările „după” între membri: cine face poze, cine scrie textul, în ce zi.
9. La sfârșitul lunii, uitați-vă în statisticile din Meta Business Suite care postări au ajuns la cei mai mulți oameni și notați în tabel ce merită repetat.

Cu AI

Un asistent AI vă poate ajuta să umpleți un calendar gol cu idei. Voi alegeți ce se potrivește și scrieți textele finale cu vorbele voastre.

Suntem un club de tineret dintr-un oraș mic din Republica Moldova. În luna care vine avem: întâlniri în fiecare joi seara, repetiții pentru un spectacol care are loc la sfârșitul lunii și o plantare de copaci lângă școală în a doua sâmbătă. Propune-mi un calendar de postări pentru Facebook, cu două-trei postări pe săptămână, sub formă de tabel cu coloanele: Săptămâna, Ziua, Tipul postării, Ideea în una-două fraze.

Alternează anunțuri, rezultate, prezentări de membri și mulțumiri. Nu inventa evenimente în plus față de cele de mai sus.

Verificați înainte să publicați

- ☐ Fiecare postare programată are data și ora corectă în Meta Business Suite.
- ☐ Datele din texte se potrivesc cu cele din tabel.
- ☐ Fiecare postare „după” are un om care se ocupă de ea și o zi stabilită.
- ☐ Pozele cu tineri sub 18 ani au acordul părinților.
- ☐ Nicio postare veselă nu cade într-o zi de doliu sau de comemorare în comunitate. Dacă se întâmplă ceva neprevăzut, amânați postările programate.
- ☐ Cel puțin doi oameni din echipă știu unde e tabelul și cum se programează o postare.

Mergeți mai departe

- **Un afiș pentru eveniment în 20 de minute** (p. 10)
- **Un video scurt de la eveniment, filmat și montat pe telefon** (p. 14)
- **Textul unei postări scris cu ajutorul AI** (p. 16)
- **Biblioteca de prompturi** (p. 111), pentru alte instrucțiuni gata de copiat.

CUM SĂ FACEȚI

Un video scurt de la eveniment, filmat și montat pe telefon

Filmați la eveniment bucăți scurte și le montați în CapCut într-un clip de sub un minut, cu subtitrări.

Durata: 15 minute de filmat la eveniment, 40 de minute de montaj

Nivel: Începător

Cu: CapCut

Situația

Satul are festivalul de toamnă: ansamblul local cântă pe scenă, gospodinele vând plăcinte la târg, copiii fac jocuri în curtea școlii. Asociația a organizat totul și vrea ca până duminică seara pe pagina ei să apară un clip de sub un minut, din care să se vadă atmosfera, cine a ajutat și că anul viitor merită să vină și mai mulți oameni.

De ce aveți nevoie

- Un telefon cu baterie încărcată și spațiu liber în memorie.
- Aplicația **CapCut** (p. 20) instalată și încercată acasă, înainte de eveniment.
- Un om din echipă care are ca sarcină doar filmarea, cel puțin o oră.
- Acordul oamenilor care apar în prim-plan, iar pentru copii acordul părinților.

Pașii

1. Înainte de eveniment, scrieți o listă scurtă de cadre: intrarea cu oamenii care sosesc, scena, mâinile care servesc plăcintele, copiii la joacă, organizatorii la treabă, un cadru larg cu toată lumea.
2. Filmați cu telefonul ținut vertical, pentru Facebook, Instagram și TikTok. Țineți telefonul nemișcat cu ambele mâini, fără zoom.
3. Filmați multe bucăți scurte, de câte 5-10 secunde, în loc de un singur film lung. La montaj e mult mai ușor.
4. Rugați un organizator sau un oaspete să răspundă în fața camerei la o întrebare scurtă, de exemplu „De ce ați venit azi la festival?”. Filmați de aproape, într-un loc mai liniștit, ca vocea să se audă clar.
5. Acasă, deschideți CapCut, creați un proiect nou și alegeți din galerie cele mai bune 10-15 bucăți.
6. Tăiați fiecare bucată la 2-4 secunde, păstrând doar momentul clar. Puneți la început cel mai frumos cadru, chiar dacă nu e primul în ordinea filmării.
7. Adăugați pe primul cadru un text scurt: „Festivalul de toamnă, ediția de anul acesta”, cu numele satului.
8. Pentru răspunsul filmat la pasul 4, generați subtitrări automate și corectați fiecare cuvânt.

9. Adăugați muzică din biblioteca aplicației, mai încet decât vocea, iar la final un cadru cu numele asociației și mulțumiri pentru parteneri.
10. Exportați la calitate bună, urmăriți clipul o dată întreg și publicați-l cu un text scurt de mulțumire.

Cu AI

Un asistent AI vă poate ajuta să scrieți textul care însoțește clipul și lista de mulțumiri, pornind de la notițele voastre.

Am făcut un clip de 50 de secunde de la festivalul de toamnă al satului nostru, organizat de asociația noastră obștească. Au fost: concertul ansamblului local, târgul cu plăcinte, jocuri pentru copii în curtea școlii. Ne-au ajutat primăria, școala și mai mulți voluntari.

Scrie un text de 3-4 fraze pentru postarea de Facebook care însoțește clipul: cald, simplu, fără exagerări, cu mulțumiri pentru cei care au ajutat și o invitație pentru anul viitor.

Nu adăuga detalii pe care nu ți le-am dat.

Verificați înainte să publicați

- ☐ Clipul are sub un minut și începe cu un cadru care atrage atenția din prima secundă.
- ☐ Subtitrările sunt citite și corectate, cu diacritice.
- ☐ Nu apar în prim-plan oameni care nu și-au dat acordul, mai ales copii.
- ☐ Muzica e din biblioteca aplicației și nu acoperă vocile.
- ☐ Numele satului, al asociației și al partenerilor sunt scrise corect.
- ☐ Ați urmărit clipul o dată pe telefon cu sunetul oprit și se înțelege și așa.

Mergeți mai departe

- **Calendarul de postări pentru o lună** (p. 12), ca să știți când publicați clipul și ce urmează după el.
- **Raportul de activitate** (p. 40), în care clipul poate fi un link util pentru finanțator.
- **CapCut** (p. 20), **Meta Business Suite** (p. 22)

CUM SĂ FACEȚI

Textul unei postări scris cu ajutorul AI

Cum obțineți de la un asistent AI o postare care sună a asociația voastră, fără detalii inventate.

Durata: 20 de minute

Nivel: Începător

Cu: ChatGPT, Gemini, Claude

Situația

Clubul de tineret al asociației a făcut sâmbătă curățenie pe malul râului de lângă sat, împreună cu elevii de la gimnaziu și cu un tractor dat de primărie. Pozele sunt în telefonul coordonatoarei, toată lumea așteaptă postarea, iar ea are seara liberă doar până la nouă. Vrea un text cald, de mulțumire, care să sune ca restul paginii.

De ce aveți nevoie

- Un cont la un asistent AI: **ChatGPT** (p. 90), **Gemini** (p. 92) sau **Claude** (p. 94).
- Faptele, scrise de voi în câteva rânduri: ce s-a întâmplat, când, unde, cine a ajutat, ce urmează.
- Două-trei postări mai vechi ale asociației care vă plac, ca model de stil.
- Pozele alese, cu acordul oamenilor din ele (al părinților, pentru copii).

Pașii

1. Scrieți faptele pe o foaie sau într-o notiță pe telefon, câte unul pe rând. Doar ce s-a întâmplat, fără să vă gândiți la formulare.
2. Copiați două postări vechi ale asociației care sună cel mai bine a voi.
3. Deschideți asistentul AI și lipiți promptul de mai jos, cu faptele și postările vechi în locurile marcate.
4. Citiți răspunsul cu un pix în mână. Tăiați orice detaliu pe care nu l-ați dat voi: o cifră, un nume, o frază despre „sute de voluntari”.
5. Cereți ajustări în aceeași conversație: „mai scurt”, „fără cuvinte mari”, „scoateți emoji-urile”, „începeți cu tractorul, e cel mai simpatic detaliu”.
6. Copiați varianta finală într-o notiță și schimbați cu mâna voastră prima și ultima frază. Așa textul capătă vocea voastră.
7. Verificați numele partenerilor, diacriticele și eventualele etichete (tag-uri) ale paginilor parteneri.
8. Publicați sau programați postarea, de exemplu din **Meta Business Suite** (p. 22).
9. Salvați promptul care a mers bine într-un document al asociației, ca să-l refolosiți data viitoare.

Cu AI

Promptul de bază pentru pasul 3. Funcționează la fel în orice asistent:

Acționați ca responsabilul de comunicare al unei asociații obștești dintr-un sat din Republica Moldova.

Scrieți o postare de Facebook de mulțumire după o activitate.

Faptele (folosiți doar acestea): [lipiți faptele, câte unul pe rând].

Stilul nostru, din două postări mai vechi: [lipiți postările].

Scrieți la persoana I plural, cald și simplu, maximum 100 de cuvinte, cel mult trei emoji, fără superlative.

Dați-mi două variante. Dacă vă lipsește o informație, întrebați-mă în loc să o inventați.

Mai multe modele găsiți în **Biblioteca de prompturi** (p. 111).

Verificați înainte să publicați

- ☐ Fiecare fapt din text e adevărat și l-ați dat voi (nimic adăugat de asistent).
- ☐ Numele partenerilor și ale instituțiilor sunt scrise corect.
- ☐ Textul are diacritice corecte și se citește ușor cu voce tare.
- ☐ Oamenii din poze și-au dat acordul, iar pentru copii, părinții.
- ☐ Dacă folosiți o imagine generată cu AI, postarea spune asta: „Imagine generată cu AI”.
- ☐ Nu ați introdus în asistent date personale ale cuiva.

Mergeți mai departe

- **Calendarul de postări pentru o lună** (p. 12)
- **Un afiș pentru eveniment în 20 de minute** (p. 10)
- **Cum verificați un răspuns primit de la AI** (p. 85)
- **Vizibilitate și comunicare** (p. 9), **AI în munca asociației** (p. 81)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Canva

Design de afișe, postări, invitații și prezentări din șabloane, pe telefon sau pe calculator.

Cost	Are plan gratuit; gratuit pentru ONG-uri, cu verificare (verificați eligibilitatea pentru Moldova).
Pe ce merge	Web, Android, iOS, Windows, macOS
Interfață în română	Da
Adresa	canva.com

Pe scurt

Canva este un program de design în care porniți de la un șablon gata făcut și schimbați textul, pozele și culorile. Nu aveți nevoie de experiență în grafică. Este potrivit pentru oricine din asociație trebuie să facă repede un afiș, o postare sau o diplomă.

La ce îi folosește unei asociații

- Afișul pentru un eveniment: curățenia de primăvară, hramul satului, o seară de film pentru tineri.
- Postări pentru Facebook și Instagram, la dimensiunea potrivită pentru fiecare rețea.
- Diplome și certificate de participare pentru voluntari sau pentru copiii de la un atelier.
- O prezentare scurtă despre asociație, pentru o ședință la primărie sau pentru un partener.
- Un raport foto de o pagină, cu cele mai bune imagini de la o activitate.

Primii pași

1. Intrați pe canva.com sau instalați aplicația Canva pe telefon și creați un cont. Pentru asociație, folosiți adresa de e-mail comună a asociației, dacă aveți una.
2. Verificați limba: interfața poate fi pusă în română din setările contului, pe web.
3. Scrieți în bara de căutare ce vreți să faceți, de exemplu „afiș” sau „postare Instagram”.
4. Alegeți un șablon care vă place. Șabloanele marcate cu o coroană sunt doar pentru planul plătit.
5. Dați clic pe fiecare text și înlocuiți-l cu informațiile voastre. Ștergeți elementele de care nu aveți nevoie.
6. Încărcați o poză proprie de la o activitate a asociației, ca imaginea să fie a voastră.
7. Descărcați rezultatul (PNG pentru postări, PDF pentru tipar) sau trimiteți-l direct din Canva.

Tutoriale

- **Canva Design School** (canva.com/designschool/): cursuri scurte și gratuite despre design, de la primul afiș la prezentări.

- **Centrul de ajutor Canva** (canva.com/help): răspunsuri la întrebări practice, de la cont la descărcare și tipar.
- **Canva pentru organizații nonprofit** (canva.com/canva-for-nonprofits): condițiile programului pentru ONG-uri. Verificați eligibilitatea pentru Moldova înainte să depuneți cererea.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Pozele și elementele grafice din Canva au licența Canva, care permite multe utilizări, dar nu chiar orice. Pentru o imagine importantă, cum ar fi logo-ul asociației, folosiți un desen propriu.
- Dacă puneți pe afiș poze cu oameni, mai ales cu copii, cereți acordul lor sau al părinților.
- Un design făcut în contul personal al unui voluntar pleacă odată cu el. Lucrați într-un cont al asociației sau invitați-vă unii pe alții într-o echipă Canva.
- Șabloanele populare sunt folosite de mii de alții. Schimbați culorile și fonturile ca afișul să semene cu asociația voastră.

Vezi și

- **Un afiș pentru eveniment în 20 de minute** (p. 10), **Calendarul de postări pentru o lună** (p. 12), **CapCut** (p. 20), **Vizibilitate și comunicare** (p. 9)

FIȘA INSTRUMENTULUI

CapCut

Montaj video pe telefon sau calculator, cu subtitrări automate, muzică și șabloane pentru clipuri scurte.

Cost	Are plan gratuit; unele efecte și funcții sunt doar în planul plătit.
Pe ce merge	Web, Android, iOS, Windows, macOS
Interfață în română	Da
Adresa	capcut.com

Pe scurt

CapCut este o aplicație de montaj video, gândită pentru clipuri scurte de pus pe Facebook, Instagram sau TikTok. Tăiați bucățile bune din filmările de pe telefon, adăugați text, muzică și subtitrări, apoi salvați clipul. E potrivită pentru voluntarii care filmează la evenimente și vor să arate repede ce s-a întâmplat.

La ce îi folosește unei asociații

- Un rezumat de 30-60 de secunde de la festivalul satului sau de la o curățenie.
- Un clip de invitație, în care cineva din echipă spune în câteva cuvinte ce, când și unde.
- Subtitrări pe video, ca mesajul să se înțeleagă și când oamenii se uită fără sunet.
- Un „înainte și după” pentru o acțiune de amenajare a unui parc sau a unei școli.

Primii pași

1. Instalați CapCut din Google Play sau App Store. Limba aplicației se schimbă din setările ei, dacă nu pornește direct în română.
2. Apăsați pe proiect nou și alegeți filmările și pozele din galeria telefonului.
3. Tăiați fiecare clip: atingeți-l, trageți de margini și păstrați doar momentele clare și scurte.
4. Adăugați text peste imagine cu primul cadru: numele activității și data.
5. Folosiți funcția de subtitrări automate și citiți tot textul generat. Corectați fiecare cuvânt greșit, mai ales numele de locuri și de oameni.
6. Alegeți muzică din biblioteca aplicației și puneți-o mai încet decât vocile. O piesă descărcată de pe internet poate duce la blocarea sunetului pe rețelele sociale.
7. Exportați clipul și verificați-l o dată de la cap la coadă înainte să-l publicați.

Tutoriale

- **Centrul de ajutor CapCut** (capcut.com/help): explicații pentru funcțiile de bază, inclusiv schimbarea limbii, subtitrări și export.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Filmați și publicați oameni doar cu acordul lor. Pentru copii, cereți acordul părinților înainte de filmare.
- Citiți termenii de utilizare: clipurile pe care le încărcați sunt prelucrate pe serverele companiei care deține aplicația. Nu montați în CapCut materiale sensibile, cum ar fi filmări cu beneficiari vulnerabili.
- Unele efecte, șabloane și funcții AI sunt marcate ca plătite. Dacă un proiect folosește așa ceva, exportul poate cere abonament.
- Muzica din aplicație poate avea restricții pe unele rețele sociale. Dacă Facebook vă blochează sunetul, înlocuiți piesa.
- Subtitrările automate pot greși la română. Nu le publicați fără să le citiți.

Vezi și

- **Un video scurt de la eveniment, filmat și montat pe telefon** (p. 14), **Canva** (p. 18), **Meta Business Suite** (p. 22)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Meta Business Suite

Programarea postărilor și a mesajelor pentru pagina de Facebook și contul de Instagram ale asociației, dintr-un singur loc.

Cost	Gratuit.
Pe ce merge	Web, Android, iOS
Interfață în română	Da
Adresa	business.facebook.com

Pe scurt

Meta Business Suite este instrumentul gratuit al companiei Meta pentru cine administrează o pagină de Facebook și, opțional, un cont de Instagram legat de ea. Vă lasă să pregătiți postările din timp, să le programați pe zile și ore, să răspundeți la mesaje și să vedeți câți oameni au văzut ce ați publicat.

La ce îi folosește unei asociații

- Pregătiți într-o seară postările pentru toată săptămâna și le lăsați să apară singure.
- Publicați aceeași postare pe Facebook și pe Instagram dintr-o singură mișcare.
- Răspundeți la mesajele primite pe pagină și pe Instagram din aceeași căsuță, ca să nu rămână nimeni fără răspuns.
- Vedeți care postări au ajuns la cei mai mulți oameni, ca să știți ce merită repetat.
- Doi-trei membri ai echipei pot avea acces la pagină fără să-și împartă parola.

Primii pași

1. Asigurați-vă că asociația are o pagină de Facebook și că sunteți administratori ai ei. Un profil personal deschis pe numele asociației nu se poate administra din Business Suite.
2. Intrați pe business.facebook.com de pe calculator sau instalați aplicația Meta Business Suite pe telefon și conectați-vă cu contul de Facebook.
3. Alegeți pagina asociației. Dacă aveți și Instagram, legați contul de pagină din setări.
4. Deschideți secțiunea de planificare (Planner) ca să vedeți calendarul postărilor.
5. Creați o postare: scrieți textul, adăugați poza sau afișul, bifați unde să apară (Facebook, Instagram sau ambele).
6. În loc de publicare imediată, alegeți programarea și puneți data și ora.
7. Verificați în calendar că postarea apare la ziua corectă.

Tutoriale

- **Centrul de ajutor Meta pentru afaceri** (facebook.com/business/help): pași pentru pagini, programarea postărilor, mesaje și roluri de acces.
- **Meta Business Suite, prezentarea oficială** (facebook.com/business/tools/meta-business-suite): ce poate face instrumentul, pe scurt.
- **Cursurile Meta pentru afaceri** (facebook.com/business/learn): lecții gratuite despre pagini, conținut și publicitate.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Dați acces la pagină prin roluri, din setările paginii. Nu dați nimănui parola contului personal de Facebook.
- Păstrați cel puțin doi administratori de încredere pe pagină. Dacă unicul administrator își pierde contul, asociația își pierde pagina.
- Activați autentificarea în doi pași pe conturile celor care administrează pagina. Vedeți **Autentificarea în doi pași** (p. 104).
- Mesajele primite pe pagină pot conține date personale. Nu le copiați în grupuri de mesagerie și nu le arătați celor din afara echipei.
- Interfața Meta se schimbă des. Dacă un buton nu e unde scrie aici, căutați-l după nume în meniu sau în centrul de ajutor.

Vezi și

- **Calendarul de postări pentru o lună** (p. 12), **Canva** (p. 18), **CapCut** (p. 20), **Protejarea contului asociației** (p. 102)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Profilul Companiei Google

Asociația apare pe Google Maps și în căutările Google, cu adresă, program, telefon și poze.

Cost	Gratuit.
Pe ce merge	Web, Android, iOS (prin Google Maps și Căutarea Google)
Interfață în română	Da
Adresa	google.com/business

Pe scurt

Profilul Companiei Google (în engleză Google Business Profile) este fișa care apare în dreapta rezultatelor sau pe hartă când cineva caută un loc. Nu e doar pentru firme: o asociație cu un sediu, un centru de tineret sau o bibliotecă comunitară unde oamenii pot veni poate avea și ea un profil.

La ce îi folosește unei asociații

- Oamenii găsesc pe hartă centrul comunitar sau sediul asociației și primesc indicații de drum.
- Programul de lucru și telefonul sunt la vedere, fără să vă caute cineva pe Facebook.
- Puteți pune poze cu locul și cu activitățile, ca vizitatorii să știe la ce să se aștepte.
- Oamenii pot lăsa recenzii, la care puteți răspunde.

Primii pași

1. Citiți regulile Google pentru profiluri (linkul e mai jos). Profilul e pentru un loc în care oamenii pot veni efectiv sau pentru o zonă pe care o deserviți. Dacă asociația nu are un astfel de loc, puteți trece liniștit peste acest instrument.
2. Intrați pe google.com/business cu contul Google al asociației și alegeți să creați un profil.
3. Scrieți numele oficial al asociației, exact cum apare în acte, și alegeți categoria care vă descrie cel mai bine (de exemplu, organizație nonprofit sau centru comunitar).
4. Puneți adresa sediului și marcați locul pe hartă. Verificați că acul e pe clădirea corectă.
5. Adăugați telefonul, programul și, dacă aveți, linkul spre site sau spre pagina de Facebook.
6. Urmați pașii de verificare pe care vi-i propune Google. Metodele diferă de la caz la caz (de exemplu, un scurt video cu locul) și verificarea poate dura câteva zile.
7. După verificare, adăugați câteva poze cu intrarea, sala și o activitate.

Tutoriale

- **Centrul de ajutor Profilul Companiei Google** (support.google.com/business): toate întrebările despre creare, verificare și administrare, în română.

- **Cum creați un profil** (support.google.com/business/answer/10514137): pașii oficiali de creare.
- **Regulamentul pentru prezentarea pe Google** (support.google.com/business/answer/3038177): cine are voie să aibă un profil și ce nu e permis.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Nu creați un profil la adresa de acasă a unui membru doar ca asociația să apară pe hartă. Regulile Google cer ca activitatea să aibă loc efectiv la adresa respectivă, iar adresa unei persoane private ar deveni publică.
- Profilul să fie în contul asociației. Dacă e în contul personal al cuiva, adăugați încă un administrator din echipă.
- Recenziile sunt publice. Răspundeți politicos și pe scurt, fără să intrați în dispute.
- Țineți programul la zi, mai ales de sărbători. Un om care vine degeaba la o ușă închisă nu mai revine ușor.

Vezi și

- **Google Sites** (p. 28), **Meta Business Suite** (p. 22), **Vizibilitate și comunicare** (p. 9)

FIȘA INSTRUMENTULUI

MailerLite

Buletin informativ pe e-mail pentru membri, susținători și parteneri, cu formular de abonare.

Cost	Are plan gratuit, cu limită de abonați și de funcții; planurile plătite au reducere pentru ONG-uri, cu dovada statutului (verificați eligibilitatea pentru Moldova).
Pe ce merge	Web
Interfață în română	Nu (interfața e în engleză; e-mailurile și formularele le scrieți în română)
Adresa	mailerlite.com

Pe scurt

MailerLite este un serviciu pentru trimiterea de e-mailuri către o listă de oameni care s-au abonat. Construiți e-mailul din blocuri (text, poză, buton), îl trimiteți tuturor odată și vedeți câți l-au deschis. E util când asociația are susținători care nu stau pe Facebook: parteneri, donatori, membri plecați peste hotare, autorități locale.

La ce îi folosește unei asociații

- Un buletin lunar sau trimestrial: ce ați făcut, ce urmează, cum vă pot ajuta oamenii.
- Mulțumiri și un scurt raport pentru cei care au donat la o colectă.
- Invitații la evenimente pentru parteneri și reprezentanți ai primăriei.
- Un formular de abonare pe care îl puneți pe site sau pe pagina de Facebook.

Primii pași

1. Creați un cont pe mailerlite.com cu adresa de e-mail a asociației. La înregistrare vi se cer câteva informații despre organizație și site, iar contul nou trece printr-o verificare înainte să puteți trimite campanii. Răspundeți sincer și complet.
2. Adăugați abonații: doar oameni care v-au dat acordul să primească e-mailuri de la asociație.
3. Creați un formular de abonare și traduceți toate textele lui în română, inclusiv mesajul de confirmare.
4. Creați o campanie nouă, alegeți editorul cu blocuri și porniți de la un șablon simplu.
5. Scrieți un subiect clar, de exemplu „Ce am făcut în martie și ce urmează”, și un text scurt, cu una-două poze.
6. Trimiteți-vă mai întâi un e-mail de test și citiți-l pe telefon.
7. Trimiteți campania sau programați-o pentru o zi și o oră la care oamenii își citesc e-mailul.

Tutoriale

- **Centrul de ajutor MailerLite** (mailerlite.com/help): ghiduri pas cu pas pentru cont, abonați, formulare și campanii (în engleză).
- **Paginile de destinație MailerLite** (mailerlite.com/features/landing-pages): cum faceți o pagină simplă de abonare sau de anunț, fără site propriu.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Nu importați adrese strânse de pe internet sau din liste primite de la alții. Pe lângă că e incorect față de oameni, MailerLite poate bloca un cont care trimite fără acord.
- Lista de abonați conține date personale. Respectați legislația Republicii Moldova privind protecția datelor cu caracter personal (informații pe datepersonale.md) și dați oricui posibilitatea să se dezaboneze.
- Planul gratuit are limite de abonați și de funcții care se pot schimba. Verificați limitele actuale pe site înainte să construiți o listă mare.
- Interfața e în engleză. Dacă echipa nu se descurcă cu engleza, stabiliți o singură persoană care se ocupă de buletin.

Vezi și

- [Google Sites](#) (p. 28), [Google Forms](#) (p. 73), [Vizibilitate și comunicare](#) (p. 9), [Siguranță online](#) (p. 100)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Google Sites

Un site simplu și gratuit pentru asociație, făcut din blocuri, fără cunoștințe de programare.

Cost	Gratuit, cu un cont Google.
Pe ce merge	Web (editarea se face de pe calculator; site-ul se vede bine și pe telefon)
Interfață în română	Da
Adresa	sites.google.com

Pe scurt

Google Sites vă lasă să faceți un site din blocuri gata făcute: titlu, text, poze, butoane, hartă, documente din Google Drive. Nu scrieți cod și nu plătiți găzduire. E potrivit pentru o asociație care vrea un loc stabil pe internet, cu informațiile de bază, care nu dispăre odată cu un cont de Facebook.

La ce îi folosește unei asociații

- O pagină „Despre noi” cu misiunea, echipa, datele de înregistrare și contactele.
- O pagină de proiecte, cu poze și scurte rapoarte, utilă când depuneți cereri de finanțare.
- Un calendar public al activităților, inclus direct din **Google Calendar** (p. 59).
- Formulare de înscriere sau de donații în natură, incluse din **Google Forms** (p. 73).

Primii pași

1. Intrați pe sites.google.com cu contul Google al asociației și creați un site nou, gol sau dintr-o temă.
2. Dați un nume site-ului și scrieți titlul paginii de start: numele asociației și o frază despre ce faceți.
3. Din panoul din dreapta, adăugați blocuri: text, imagini, butoane cu linkuri spre Facebook sau spre un formular.
4. Creați câteva pagini: Despre noi, Proiecte, Contact. Nu vă trebuie mai mult la început.
5. Folosiți butonul de previzualizare ca să vedeți cum arată site-ul pe telefon.
6. Apăsați pe Publicați și alegeți adresa site-ului. Adresa va fi de forma sites.google.com/view/numele-ales.
7. Dați acces de editare încă unei persoane din echipă, ca site-ul să nu depindă de un singur om.

Tutoriale

- **Centrul de ajutor Site-uri Google** (support.google.com/sites): instrucțiuni oficiale pentru creare, editare și publicare.

- **Cum se utilizează Site-uri Google** (support.google.com/sites/answer/6372878): ghidul de pornire, pas cu pas.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Nu publicați pe site numere de telefon personale sau adrese de acasă fără acordul persoanelor. Folosiți contactele asociației.
- Fișierele din Google Drive incluse în site trebuie să fie și ele partajate corect. Verificați site-ul dintr-o fereastră privată a browserului, ca un vizitator obișnuit.
- Pozele cu copii și cu beneficiari se publică doar cu acord scris.
- Un site neactualizat de doi ani arată ca o asociație care nu mai există. Puneți în calendar o verificare la fiecare câteva luni.

Vezi și

- **Google Drive** (p. 57), **Profilul Companiei Google** (p. 24), **Canva** (p. 18), **Vizibilitate și comunicare** (p. 9)

CAPITOLUL 2

Proiecte și finanțare

De la problema din comunitate la o cerere de finanțare clară și un raport pe care finanțatorul îl citește cu plăcere.

La sesiuni ați analizat o problemă din localitatea voastră, ați așezat soluția în cele patru cadrane, ați desenat persona beneficiarului și drumul lui până la voi. Acum urmează pasul pe care îl cer finanțatorii: să transformați toate acestea într-un proiect scris, cu obiective, activități și indicatori, apoi să găsiți cine îl poate susține și să raportați la final ce s-a schimbat. Zona aceasta vă arată cum, cu instrumente gratuite și fără să fiți specialiști în scris proiecte.

Instrumente

- **Google Docs** (p. 42): scrieți cererea de finanțare împreună, cu comentarii și sugestii, fără să trimiteți zece versiuni pe e-mail.
- **ngo.md** (p. 44): platforma ONG-urilor din Moldova, cu anunțuri de granturi, instruiri și un profil gratuit pentru asociația voastră.
- **fundsforNGOs** (p. 46): anunțuri internaționale de granturi, utile ca să vedeți ce finanțatori lucrează pe tema voastră.
- **Portalul UE Funding & Tenders** (p. 48): locul oficial unde Comisia Europeană publică apelurile de proiecte.
- **Google Sheets** (p. 50): un tabel simplu pentru planul de activități și pentru urmărirea indicatorilor.

Cum să faceți

- **Arborele problemei: de la ce vedeți la cauzele reale** (p. 31)
- **Cadrul logic pe o singură pagină** (p. 34)
- **Unde și cum căutați finanțare** (p. 37)
- **Un raport de activitate în 45 de minute** (p. 40)

Primul pas de azi

Deschideți un document nou în Google Docs și scrieți, în trei fraze, problema pe care ați analizat-o la sesiune: ce se întâmplă, pe cine afectează și de unde știți asta. Trimiteți linkul unui coleg din asociație și rugați-l să adauge un comentariu. Acesta e începutul arborelui problemei.

CUM SĂ FACEȚI

Arborele problemei: de la ce vedeți la cauzele reale

Cum transformați problema analizată la sesiune într-un arbore cu cauze și efecte, baza oricărei cereri de finanțare.

Durata: 60 de minute

Nivel: Începător

Cu: Google Docs, Padlet

Situația

O asociație obștească dintr-un sat a ales la sesiune problema gunoștilor de la marginea satului, de lângă pârau. În cele patru cadrane au schițat deja o soluție: pubele, o zi de curățenie, o campanie de informare. Înainte să scrie proiectul, vor să verifice că soluția atacă exact ce produce problema și să poată explica finanțatorului de ce au ales aceste activități.

Arborele problemei (numit și „arborele problemelor”) este un desen simplu: în mijloc, problema principală; dedesubt, ca rădăcinile, cauzele; deasupra, ca ramurile, efectele. Finanțatorii îl cer des, direct sau indirect, pentru că arată că ați înțeles problema înainte să propuneți o soluție.

De ce aveți nevoie

- Problema pe care ați analizat-o la sesiune și notițele din cele patru cadrane.
- Persona beneficiarului, cu „durerile” lui, așa cum ați definit-o.
- O foaie mare de hârtie și bilețele lipicioase, sau un document comun în **Google Docs** (p. 42), sau un panou în **Padlet** (p. 65).
- 2-4 oameni din asociație și, ideal, cineva din grupul afectat (un vecin de lângă pârau, un părinte, un tânăr).

Pașii

1. **Scrieți problema principală într-o singură frază**, ca pe o situație negativă care se poate observa: „Locuitorii aruncă gunoiul la marginea satului, lângă pârau”. Evitați formulări de tipul „lipsa pubelelor”, pentru că acelea sunt deja o soluție deghezată.
2. **Căutați cauzele directe**. Întrebați „De ce se întâmplă asta?” și scrieți fiecare răspuns pe un bilet separat, sub problemă. Căutați cel puțin trei cauze diferite. De exemplu: nu există colectare organizată a deșeurilor în sat; oamenii nu știu unde altundeva să ducă deșeurile mari; nimeni nu urmărește și nu sancționează aruncarea; obiceiul s-a format în ani și pare normal.
3. **Coborâți încă un nivel**. Pentru fiecare cauză, întrebați din nou „De ce?”. „Nu există colectare” poate avea în spate faptul că primăria nu are contract cu un operator sau că locuitorii nu au fost întrebați dacă ar plăti pentru serviciu.
4. **Scrieți efectele deasupra problemei**. Întrebați „Ce se întâmplă din cauza asta?”: pâraul e poluat, miros și șobolani vara, copiii se joacă lângă gunoi, satul arată neîngrijit pentru cei care vin în vizită.

5. **Verificați cu persona.** Uitați-vă la „durerile” beneficiarului definite la sesiune. Se regăsesc printre efecte? Dacă o durere importantă lipsește, adăugați-o. Dacă un efect nu doare pe nimeni, poate nu e esențial.
6. **Verificați cu faptele.** Lângă fiecare cauză notați de unde știți: ați văzut voi, v-au spus oamenii, există o cifră de la primărie. Cauzele bazate doar pe presupuneri le marcați cu un semn de întrebare și le verificați cu un **sondaj scurt** (p. 70).
7. **Alegeți pe ce cauze lucrați.** O asociație mică nu le poate rezolva pe toate. Încercuiți 1-2 cauze pe care le puteți influența realist și spuneți deschis care rămân în afara proiectului (de exemplu, contractul cu operatorul ține de primărie).
8. **Întoarceți arborele în obiective.** Rescrieți fiecare cauză aleasă ca o situație pozitivă: „oamenii nu știu unde să ducă deșeurile” devine „locuitorii știu unde și când se colectează deșeurile”. Acesta este arborele obiectivelor și din el porniți **cadrul logic** (p. 34).
9. **Comparați cu cele patru cadrane.** Activitățile pe care le-ați scris la sesiune ating cauzele alese? Dacă o activitate nu atinge nicio cauză, fie o scoateți, fie ați uitat o cauză în arbore.

Cu AI

Un asistent AI vă poate ajuta să nu uitați cauze, dar nu vă cunoaște satul. Folosiți-i răspunsul ca listă de verificat împreună cu oamenii; arborele final îl faceți voi.

Lucrez într-o asociație obștească dintr-un sat din Republica Moldova.
 Problema pe care o analizăm este: [scrieți problema într-o frază].
 Beneficiarii principali sunt: [descrieți persona și „durerile” ei].
 Ce știm deja despre cauze: [lista voastră].

1. Propune-mi alte cauze posibile pe care poate le-am omis, grupate pe două niveluri (cauze directe și cauzele lor).
 2. Pentru fiecare cauză propusă, spune-mi ce întrebare aş putea pune oamenilor din sat ca să verific dacă e adevărată.
 3. Nu inventa cifre sau date statistice. Dacă o cauză e o presupunere, marcheaz-o ca presupunere.
- Răspunde în limba română, simplu, fără jargon.

Verificați înainte să publicați

- ☐ Problema principală e o singură frază și descrie o situație care se vede, fără să numească soluția.
- ☐ Ați găsit cel puțin trei cauze directe diferite.
- ☐ Fiecare cauză are notat de unde știți că e adevărată.
- ☐ „Durerile” persoanei se regăsesc printre efecte.
- ☐ Ați ales explicit 1-2 cauze pe care proiectul le atacă.
- ☐ Fiecare activitate din cele patru cadrane se leagă de o cauză aleasă.

Mergeți mai departe

- Următorul pas: **cadrul logic pe o singură pagină** (p. 34).

- Dacă nu sunteți siguri de cauze: **un sondaj în comunitate** (p. 70).
- Pentru a lucra cu AI în siguranță: **cum verificați un răspuns dat de AI** (p. 85).
- Zona întreagă: **Proiecte și finanțare** (p. 30).

CUM SĂ FACEȚI

Cadrul logic pe o singură pagină

Cum puneți proiectul într-o matrice cu obiective, rezultate, activități, indicatori și riscuri, pornind de la arborele problemei.

Durata: 90 de minute

Nivel: Intermediar

Cu: Google Docs, Google Sheets

Situația

Asociația din exemplul cu **arborele problemei** (p. 31) a ales două cauze ale gunoiștilor de lângă pârau: oamenii nu știu unde să ducă deșeurile și obiceiul de a le arunca acolo pare normal. Un finanțator local cere, la cererea de finanțare, un cadru logic. Echipa nu a mai completat așa ceva și se sperie de tabel.

Cadrul logic (în engleză „logical framework” sau „logframe”) este un tabel care arată, pe o pagină, ce vreți să schimbați, prin ce, cum veți măsura și ce ar putea să vă încurce. Fiecare finanțator are propriul formular, dar cele mai multe folosesc aceleași rânduri și coloane. Odată ce l-ați completat aici, îl mutați ușor în formularul cerut.

De ce aveți nevoie

- Arborele problemei și arborele obiectivelor, din pasul anterior.
- Soluția din cele patru cadrane și persona beneficiarului.
- Drumul beneficiarului (funnel-ul) pe care l-ați desenat cu AI la sesiune.
- Un tabel în **Google Docs** (p. 42) (Inserează, apoi Tabel, cu 5 rânduri și 4 coloane) sau în **Google Sheets** (p. 50).

Pașii

1. **Construiți tabelul.** Pe coloane: Ce vrem (logica intervenției), Indicatori, Surse de verificare, Ipoteze și riscuri. Pe rânduri: Obiectiv general, Obiectiv specific, Rezultate, Activități.
2. **Obiectivul general** este schimbarea mare la care contribuiți, fără să o puteți obține singuri. Îl luați din vârful arborelui obiectivelor: „Un sat mai curat și un pârau nepoluat”.
3. **Obiectivul specific** este schimbarea pe care proiectul vostru o produce până la final, pentru beneficiarii voștri. Folosiți persona: „Locuitorii din satul X duc deșeurile la punctele de colectare în loc să le arunce lângă pârau”.
4. **Rezultatele** sunt lucrurile concrete pe care le livrați și care, împreună, duc la obiectivul specific. Luați-le din cauzele alese: „Locuitorii știu unde și când se colectează deșeurile”, „Gunoștile de lângă pârau sunt curățate și marcate”.
5. **Activitățile** sunt ce faceți efectiv pentru fiecare rezultat: campania de informare, ziua de curățenie, întâlnirea cu primăria. Numerotați-le după rezultat (1.1, 1.2, 2.1), ca să se vadă legătura.
6. **Indicatorii** spun cum veți ști că ați reușit. Fiecare indicator are o cifră, un grup și un termen: „cel puțin 150 de gospodării primesc pliantul până în luna mai”. Aici vă ajută funnel-ul de la

sesiune: fiecare treaptă (câți au aflat, câți s-au înscris, câți au participat, câți au revenit) poate deveni un indicator.

7. **Sursele de verificare** arată unde se vede dovada: lista de participanți, fotografiile înainte și după, răspunsurile la **sondaj** (p. 70), procesul-verbal al întâlnirii cu primăria. Dacă nu puteți aduna dovada, schimbați indicatorul.
8. **Ipotezele și riscurile** sunt condițiile din afara controlului vostru de care depinde reușita: „primăria asigură ridicarea deșeurilor după curățenie”, „vremea permite activitatea în aer liber”. Pentru fiecare risc important, scrieți în cererea de finanțare ce faceți dacă se întâmplă.
9. **Citiți tabelul de jos în sus.** Dacă facem activitățile și ipotezele se confirmă, obținem rezultatele; dacă obținem rezultatele, atingem obiectivul specific. Unde logica „dacă... atunci” se rupe, lipsește o activitate sau un rezultat.
10. **Legăți-l de buget și de calendar.** Fiecare activitate trebuie să apară în planul de activități și în bugetul cerut de finanțator. Activitățile fără buget sau cheltuielile fără activitate sunt primele lucruri pe care le observă evaluatorii.

Un exemplu pe scurt, pentru rândul rezultatelor:

Ce vrem	Indicatori	Surse de verificare	Ipoteze și riscuri
R1. Locuitorii știu unde și când se colectează deșeurile	Cel puțin 150 de gospodării primesc informația până în mai; cel puțin jumătate dintre cei întrebați la final știu ziua colectării	Lista de distribuire a pliantelor; sondajul de la final	Primăria confirmă graficul de colectare înainte de campanie
R2. Gunoștile de lângă pârau sunt curățate și marcate	Cele trei locuri cunoscute sunt curățate; panouri montate la fiecare	Fotografii înainte și după; procesul-verbal semnat cu primăria	Primăria asigură transportul deșeurilor adunate

Cu AI

Un asistent AI e bun la verificarea logicii, mai ales la indicatori vagi. Dați-i tabelul vostru și cereți-i să-l critice; conținutul rămâne al vostru.

Sunt într-o asociație obștească mică din Republica Moldova și pregătesc o cerere de finanțare. Mai jos este cadrul logic al proiectului nostru.

[lipiți aici tabelul: obiectiv general, obiectiv specific, rezultate, activități, cu indicatori, surse de verificare și ipoteze]

Verifică te rog:

1. Dacă legătura activități -> rezultate -> obiectiv specific este logică și unde se rupe.
 2. Care indicatori sunt vagi sau greu de măsurat și cum i-aș putea reformula (cu cifră, grup și termen).
 3. Ce riscuri importante am omis.
- Nu schimba ideea proiectului și nu inventa date despre satul nostru.
Răspunde în română, pe puncte.

Verificați înainte să publicați

- ☐ Obiectivul specific e unul singur și descrie o schimbare pentru beneficiari.
- ☐ Fiecare rezultat se leagă de o cauză din arborele problemei.
- ☐ Fiecare activitate e numerotată după rezultatul la care contribuie.
- ☐ Fiecare indicator are cifră, grup și termen.
- ☐ Pentru fiecare indicator știți exact de unde veți lua dovada.
- ☐ Ipotezele sunt lucruri din afara controlului vostru, cu un plan pentru cele importante.
- ☐ Activitățile apar și în calendar, și în buget.

Mergeți mai departe

- Pasul anterior: **arborele problemei** (p. 31).
- Următorul pas: **unde și cum căutați finanțare** (p. 37).
- La final de proiect, indicatorii devin scheletul **raportului de activitate** (p. 40).
- Prompturi gata de folosit: **biblioteca de prompturi** (p. 111).

CUM SĂ FACEȚI

Unde și cum căutați finanțare

Un obicei de o oră pe săptămână, ca să găsiți apeluri pentru asociații mici din Moldova și să decideți repede dacă merită să aplicați.

Durata: 60 de minute pe săptămână

Nivel: Începător

Cu: ngo.md, fundsforNGOs, Portalul UE Funding & Tenders, Google Sheets

Situația

Un club de tineret dintr-un oraș mic are o idee clară, pregătită la sesiune: un spațiu de întâlnire pentru tineri, cu ateliere ținute de voluntari. Au arborele problemei și un cadru logic în lucru, dar nu știu de unde să înceapă căutarea banilor. Până acum au aflat de granturi doar „din întâmplare”, de obicei după ce trecuse termenul.

Finanțarea se găsește mai ușor când căutați regulat, puțin, decât rar și în grabă. Rețeta de mai jos vă ajută să faceți din asta o rutină și să nu pierdeți timp cu apeluri la care oricum nu sunteți eligibili.

De ce aveți nevoie

- O persoană din asociație care se ocupă de căutare, cu o oră fixă pe săptămână.
- Un tabel comun în **Google Sheets** (p. 50) numit „Calendarul finanțărilor”.
- Descrierea proiectului în 5-6 fraze (problema, beneficiarii, ce faceți), ca să o puteți compara repede cu un apel.
- Actele asociației la îndemână, scanate: certificatul de înregistrare și statutul.

Pașii

1. **Faceți tabelul.** Coloane: Nume apel, Finanțator, Link, Termen limită, Cine poate aplica, Tema, Ce cere (parteneri, cofinanțare, documente), Decizie, Responsabil.
2. **Începeți cu sursele din Moldova.** Pe **ngo.md** (p. 44), la „Anunțuri”, verificați categoriile „Granturi” și „Instruiri”. Organizațiile mai mari anunță acolo uneori concursuri de granturi mici pentru inițiative locale. Uitați-vă și pe site-urile fundațiilor din Moldova care organizează concursuri de granturi, de exemplu **Fundația Est-Europeană** (eef.md) (secțiunea „Granturi”).
3. **Întrebați la primărie și la consiliul raional.** Unele autorități locale au programe de finanțare pentru inițiative ale asociațiilor sau pot fi partener într-un proiect. Întrebați direct și notați răspunsul în tabel.
4. **Verificați mecanismul 2%.** Asociațiile care îndeplinesc condițiile și sunt înscrise în lista beneficiarilor pot primi 2% din impozitul pe venit al persoanelor care le aleg. Pe ngo.md găsiți **un exemplu de instruire despre acest mecanism** (ngo.md/blog/2-pentru-ong-ul-tau-cum-ajungi-de-la-eligibilitate-la-sustinatori). Verificați condițiile actuale înainte să vă bazați pe el.

5. **Treceți apoi la sursele internaționale.** Pe **fundsforNGOs** (p. 46) căutați „Moldova” și tema voastră în engleză („youth”, „community”, „environment”). Pe **portalul UE** (p. 48) uitați-vă la programele care vă privesc, mai ales dacă aveți deja parteneri din alte țări.
6. **Aplicați filtrul de 5 minute.** Pentru fiecare apel găsit, răspundeți la trei întrebări: putem aplica (tip de organizație, țară, ani de la înregistrare)? Se potrivește tema cu proiectul nostru fără să-l deformăm? Avem timp până la termen să pregătim tot? Dacă un răspuns e „nu”, scrieți „Nu aplicăm” și motivul.
7. **Pentru apelurile care trec filtrul, citiți ghidul complet.** Notați în tabel ce documente se cer, dacă se cere cofinanțare sau parteneri și cum arată formularul. Puneți în calendar un termen intern cu o săptămână înainte de cel oficial.
8. **Adaptați proiectul, păstrând esența.** Folosiți cadrul logic ca bază și potriviți-l cu cerințele apelului (durată, grup țintă, priorități). Dacă apelul vă cere să schimbați complet ce faceți, probabil nu e apelul vostru.
9. **Păstrați tot ce scrieți.** Fiecare cerere, chiar și una respinsă, e materie primă pentru următoarea. Cereți, când se poate, comentariile evaluatorilor.

Cu AI

Ghidurile apelurilor sunt lungi și adesea în engleză. Un asistent AI vă poate face un prim rezumat, pe care apoi îl verificați în textul original, mai ales la eligibilitate și termene.

Mai jos este textul unui apel de finanțare (ghidul solicitantului).
Suntem o asociație obștească mică din Republica Moldova, înregistrată în anul [anul], care lucrează cu [beneficiarii] în [localitatea].
Proiectul nostru pe scurt: [5-6 fraze].

[lipiți aici textul apelului]

Te rog:

1. Spune-mi cine poate aplica și dacă organizațiile din Republica Moldova sunt eligibile. Citează propoziția exactă din text.
2. Spune-mi termenul limită și documentele cerute.
3. Spune-mi dacă se cer parteneri sau cofinanțare.
4. Spune-mi cât de bine se potrivește proiectul nostru cu prioritățile apelului și ce ar lipsi.

Dacă o informație nu apare în text, scrie „nu apare în text”. Nu ghici.
Răspunde în română.

Verificați înainte să publicați

- ☐ Ați verificat eligibilitatea în textul oficial al apelului.
- ☐ Termenul limită e trecut în tabel și în calendar, cu un termen intern mai devreme.
- ☐ Știți ce documente se cer și le aveți sau știți cine le pregătește.
- ☐ Proiectul se potrivește cu apelul fără să-și piardă sensul.
- ☐ Nu ați plătit nimic nimănui pentru „acces garantat” la un grant.

Mergeți mai departe

- Cererea o scrieți pe baza **cadrlui logic** (p. 34), în **Google Docs** (p. 42).
- După ce primiți finanțarea: **raportul de activitate** (p. 40).
- Ca finanțatorii să vă găsească și să vă creadă, ajuta o prezență online îngrijită: **Vizibilitate și comunicare** (p. 9).

CUM SĂ FACEȚI

Un raport de activitate în 45 de minute

Cum scrieți raportul narativ pentru finanțator și o variantă scurtă pentru comunitate, pornind de la indicatori, cifre și fotografii.

Durata: 45 de minute

Nivel: Începător

Cu: Google Docs, Google Sheets, Datawrapper

Situația

Asociația a încheiat curățenia de primăvară de lângă pârau, finanțată printr-un grant mic. Finanțatorul cere în două săptămâni un raport narativ. Fotografiiile sunt pe telefoanele mai multor voluntari, lista de participanți e pe hârtie, iar fiecare își amintește altfel cum a fost. Vor să scrie raportul repede, dar corect, și să publice apoi un rezumat pe Facebook.

Raportul de activitate răspunde la o singură întrebare: ați făcut ce ați promis și ce s-a schimbat? Dacă ați avut un **cadru logic** (p. 34), jumătate din raport e deja schițată: rezultatele și indicatorii vă spun ce să povestiți. Raportul financiar e separat și se face după formularul finanțatorului.

De ce aveți nevoie

- Formularul de raport al finanțatorului (dacă există) și cadrul logic din cererea de finanțare.
- Cifrele: lista de participanți, răspunsurile din **Google Forms** (p. 73), tabelul din **Google Sheets** (p. 50).
- Fotografiiile, adunate într-un singur dosar comun, cu acordul celor care apar în ele.
- 2-3 citate scurte de la participanți sau beneficiari, notate cu permisiunea lor.
- Un document nou în **Google Docs** (p. 42).

Pașii

1. **Adunați materialele într-un loc.** Rugați voluntarii să încarce fotografiile în același dosar din **Drive-ul comun** (p. 53), până la o dată fixă. Treceți lista de pe hârtie în tabel.
2. **Copiați structura cerută.** Dacă finanțatorul are un formular, folosiți titlurile lui. Dacă nu, folosiți: Pe scurt; Ce am planificat; Ce am făcut; Rezultate și indicatori; Ce nu a mers și ce am învățat; Pașii următori; Anexe.
3. **Scrieți tabelul cu indicatori primul.** Pentru fiecare indicator din cadrul logic: ce ați promis, ce ați obținut, sursa dovezii. De exemplu: „Cel puțin 30 de voluntari” / „42 de voluntari” / „Lista de prezență, anexa 1”. Cifrele le luați din tabel, chiar dacă vă amintiți altfel.
4. **Povestiți ce ați făcut, în ordine.** Pentru fiecare activitate: când, unde, cine a participat, ce s-a întâmplat. Fraze scurte, la persoana I plural („am organizat”, „am adunat”).
5. **Arătați schimbarea.** Fotografiiile înainte și după, un citat al unui locuitor, un grafic simplu făcut în **Datawrapper** (p. 77) sau în Google Sheets. Sub fiecare fotografie, o frază de explicație.
6. **Spuneți cinstit ce nu a mers.** O activitate amânată din cauza vremii, mai puțini participanți decât ați sperat dintr-un sat. Explicați de ce și ce ați făcut. Finanțatorii au mai multă încredere în asociațiile care spun și ce n-a mers.

7. **Pașii următori.** Ce rămâne după proiect: cine întreține panourile, când e următoarea curățenie, ce a promis primăria.
8. **Recitiți cu cadrul logic alături.** Fiecare rezultat promis trebuie să apară în raport, cu dovada lui. Apoi dați raportul unui coleg care nu a participat: înțelege ce s-a întâmplat?
9. **Faceți varianta scurtă pentru comunitate.** Din același raport, 4-5 fraze și cele mai bune 3 fotografii, pentru Facebook sau pentru profilul asociației pe ngo.md (p. 44). Mulțumiți voluntarilor și menționați finanțatorul așa cum cere contractul.

Cu AI

Un asistent AI vă poate transforma notițele într-un prim text, dar nu știe ce s-a întâmplat la voi. Dați-i doar faptele și verificați fiecare frază.

Ajută-mă să scriu partea narativă a unui raport de activitate pentru un finanțator. Suntem o asociație obștească din Republica Moldova.

Activitatea: [ce, când, unde].

Ce am promis în proiect (rezultate și indicatori): [lista].

Ce am obținut, cu cifre: [lista].

Ce nu a mers și de ce: [notițe].

Citate de la participanți (cu acordul lor): [citate].

Scrie un text clar, la persoana I plural, cu secțiunile: Ce am făcut, Rezultate, Ce am învățat, Pașii următori.

Folosește doar informațiile de mai sus. Nu adăuga cifre, nume sau întâmplări care nu apar în notițele mele. Dacă lipsește o informație importantă, scrie [DE COMPLETAT].

Nu lipiți în prompt nume complete, telefoane sau date despre sănătatea participanților.

Verificați înainte să publicați

- ☐ Fiecare indicator promis apare în raport, cu cifra obținută și sursa dovezii.
- ☐ Toate cifrele vin din liste și tabele, verificate de două persoane.
- ☐ Fotografii cu oameni au acordul acestora (și al părinților, pentru copii).
- ☐ Ați scris și ce nu a mers, cu explicație.
- ☐ Nu a rămas niciun „[DE COMPLETAT]” sau vreo frază inventată de AI.
- ☐ Finanțatorul e menționat așa cum cere contractul (logo, formulare).
- ☐ Varianta scurtă pentru comunitate e gata de publicat.

Mergeți mai departe

- Graficele pentru raport: [Datawrapper](#) (p. 77).
- Un panou de cifre pentru proiectele lungi: [Data Studio](#) (p. 79).
- Postarea pentru Facebook: [un text de postare cu ajutorul AI](#) (p. 16).
- Cum verificați ce a scris AI-ul: [verificarea unui răspuns AI](#) (p. 85).

FIȘA INSTRUMENTULUI

Google Docs

Documente scrise împreună, online, cu comentarii, sugestii și istoric al versiunilor.

Cost	Gratuit cu un cont Google. Programul Google for Nonprofits oferă servicii suplimentare pentru ONG-uri; verificați eligibilitatea pentru Moldova.
Pe ce merge	Web, Android, iOS
Interfață în română	Da
Adresa	docs.google.com

Pe scurt

Google Docs (în română „Documente Google”) este un editor de text care stă în browser și pe telefon. Mai mulți oameni pot scrie în același document în același timp, iar fiecare modificare se salvează singură. Pentru o asociație în care membrii scriu seara, de acasă, este cel mai simplu loc pentru o cerere de finanțare.

La ce îi folosește unei asociații

- Cererea de finanțare scrisă de 2-3 membri deodată, fiecare la secțiunea lui.
- Procesul-verbal al adunării generale, completat în timpul ședinței și trimis tuturor ca link.
- Raportul narativ pentru finanțator, cu fotografiile inserate direct în text.
- Un șablon de scrisoare de parteneriat sau de susținere, pe care îl copiați la fiecare proiect.
- Note dictate cu vocea, când nu aveți timp să tastați (funcția „Tastare vocală” lucrează și în română).

Primii pași

1. Intrați pe **docs.google.com** cu un cont Google (ideal, contul comun al asociației).
2. Sub „Începe un document nou”, apăsați „Gol”. Dați documentului un nume clar, de exemplu „Cerere finanțare 2026: curățenie râu”.
3. Scrieți titlurile secțiunilor cerute de finanțator (problema, obiectivele, activitățile, rezultatele) și marcați-le cu stilurile de titlu din bara de instrumente, ca să apară în schița documentului din stânga.
4. Apăsați butonul „Permite accesul” din dreapta sus și adăugați colegii. Alegeți „Editor” pentru cei care scriu și „Comentator” pentru cei care doar citește și propun.
5. Cereți colegilor să lucreze în modul „Sugerare” (din meniul „Editare” din dreapta sus). Modificările lor apar colorate, iar voi le acceptați sau le respingeți una câte una.
6. Când textul e gata, descărcați-l din „Fișier” ca Word (.docx) sau PDF, în formatul cerut de finanțator.

Tutoriale

- **Cum să folosești Documente Google** (support.google.com/docs/answer/7068618?hl=ro): pașii de bază, în română.
- **Sugerează editări în Documente Google** (support.google.com/docs/answer/6033474?hl=ro): cum lucreți cu sugestii și cum le acceptați.
- **Găsirea modificărilor aduse unui fișier** (support.google.com/docs/answer/190843?hl=ro): istoricul versiunilor, ca să reveniți la un text mai vechi.
- **Introdu text folosindu-ți vocea** (support.google.com/docs/answer/4492226?hl=ro): tastarea vocală în browser.
- **Google Workspace Learning Center** (support.google.com/a/users?hl=ro): ghiduri pentru toate aplicațiile Google.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Țineți documentele asociației într-un cont comun sau într-un dosar comun, ca să nu le pierdeți când un membru pleacă. Vedeți **Drive-ul comun al asociației** (p. 53).
- Verificați cine are acces: un link setat pe „Oricine are linkul” poate ajunge la oameni străini.
- Nu puneți în documente partajate coduri personale, numere de buletin sau date despre sănătatea beneficiarilor.
- Formatul cerut de finanțator are prioritate. Unele formulare oficiale arată altfel după conversia în Word, așa că verificați fișierul descărcat înainte să-l trimiteți.

Vezi și

- **Cadrul logic pe o singură pagină** (p. 34), **Raportul de activitate** (p. 40), **Google Drive** (p. 57), **Google Sheets** (p. 50)

FIȘA INSTRUMENTULUI

ngo.md

Harta interactivă a ONG-urilor din Republica Moldova, cu profil gratuit pentru asociație și anunțuri de granturi, instruiți și voluntariat.

Cost	Gratuit (înregistrarea asociației este gratuită).
Pe ce merge	Web
Interfață în română	Da
Adresa	ngo.md

Pe scurt

ngo.md este Harta interactivă a ONG-urilor din Republica Moldova, o platformă creată de Centrul CONTACT, unde asociațiile obștești se pot înregistra gratuit și își pot face un profil. Tot aici se publică anunțuri ale organizațiilor: granturi, instruiți, angajări, achiziții, oportunități de voluntariat și evenimente. Site-ul are versiuni în română, engleză și rusă.

La ce îi folosește unei asociații

- Un profil public al asociației, pe care îl pot găsi finanțatorii, partenerii și autoritățile, cu domeniul de activitate și raionul în care lucați.
- Anunțuri de granturi și de instruiți publicate de organizații din Moldova, inclusiv concursuri de granturi mici pentru inițiative locale, atunci când există.
- Parteneri din același raion sau din același domeniu, găsiți prin căutarea din „Organizații” sau pe „Harta ONG”.
- Un loc unde publicați voi anunțurile asociației (o achiziție, o căutare de voluntari, un eveniment).
- „ONG Marketplace”, unde organizațiile oferă servicii (de exemplu, închiriere de săli sau comunicare).

Primii pași

1. Deschideți **ngo.md** și uitați-vă pe pagina principală: puteți căuta organizații după raion și după domeniul de activitate.
2. Intrați la **„Anunțuri”** (ngo.md/blog) și alegeți categoria **„Granturi”** (ngo.md/blog?type=94). Verificați și „Instruiți”, unde apar adesea sesiuni gratuite pentru ONG-uri.
3. Apăsați **„Înregistrează-te”** și alegeți **„Profil ONG”**. Completați datele asociației exact ca în actele de înregistrare.
4. Scrieți o descriere scurtă și clară: ce faceți, pentru cine și unde. Adăugați domeniile de activitate potrivite, ca să apăreți la căutări.
5. Folosiți profilul ca să publicați noutăți și, la final de an, raportul de activitate.

6. Dacă aveți nevoie de ajutor la înregistrare, folosiți datele de la pagina „**Despre noi**” (ngo.md/about) sau „Contacte”.

Tutoriale

- **Pagina „Despre noi”** (ngo.md/about): ce este platforma, cine o administrează și cum cereți ajutor la înregistrare.
- **Articolul despre mecanismul 2%** (ngo.md/blog/2-pentru-ong-ul-tau-cum-ajungi-de-la-eligibilitate-la-sustinatori): exemplu de anunț de instruire despre cum poate primi o asociație 2% din impozitul pe venit al oamenilor care o aleg.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Categoria „Granturi” are anunțuri destul de rare. Folosiți ngo.md împreună cu alte surse, vedeți **Unde și cum căutați finanțare** (p. 37).
- Multe anunțuri sunt de fapt achiziții sau angajări ale altor organizații. Uitați-vă la categoria fiecărui anunț și la data limită.
- Profilul este public. Puneți datele de contact ale asociației (e-mail și telefon comun) și lăsați numerele personale ale membrilor în afara lui.
- Actualizați profilul când se schimbă conducerea sau datele de contact. Un profil vechi descurajează partenerii.

Vezi și

- **Unde și cum căutați finanțare** (p. 37), **fundsforNGOs** (p. 46), **Portalul UE Funding & Tenders** (p. 48), **Vizibilitate și comunicare** (p. 9)

FIȘA INSTRUMENTULUI

fundsforNGOs

Site internațional cu anunțuri de granturi și resurse despre scrierea proiectelor, în engleză.

Cost	Anunțurile și articolele de pe site sunt gratuite; abonamentul „Premium” este plătit.
Pe ce merge	Web
Interfață în română	Nu
Adresa	fundsforngos.org

Pe scurt

fundsforNGOs publică regulat anunțuri despre granturi și apeluri de proiecte din toată lumea, împreună cu articole despre cum se scrie o cerere de finanțare. Este util ca să vedeți ce finanțatori lucrează pe tema voastră (tineri, mediu, persoane vârstnice) și ca să vă obișnuiti cu limbajul apelurilor internaționale. Totul este în engleză.

La ce îi folosește unei asociații

- Găsiți apeluri deschise pentru organizații din Europa de Est sau din țările vecine UE, pe teme precum tineret, mediu, cultură sau drepturile omului.
- Aflați numele unor fundații și programe pe care apoi le urmăriți direct, pe site-urile lor.
- Citiți modele și sfaturi pentru secțiunile unei cereri: descrierea problemei, obiective, buget, sustenabilitate.
- Vă abonați la buletinul pe e-mail și primiți anunțurile fără să le căutați voi.

Primii pași

1. Deschideți **fundsforngos.org** și folosiți căutarea site-ului cu cuvinte-cheie în engleză: „Moldova”, „Eastern Partnership”, „youth”, „community development”.
2. Când un anunț vi se pare potrivit, citiți cu atenție cine poate aplica (eligibilitatea) și termenul limită.
3. Deschideți linkul către finanțator din anunț și verificați apelul pe site-ul oficial al acestuia. Acolo sunt condițiile complete și formularul.
4. Notați apelurile interesante într-un tabel comun: nume, finanțator, termen, link, cine din asociație se ocupă.
5. Dacă vreți să primiți anunțurile regulat, abonați-vă la buletinul gratuit pe e-mail.

Tutoriale

- **fundsforNGOs** (fundsforngos.org): pe lângă anunțuri, site-ul are articole despre scrierea proiectelor („proposal writing”), care explică pas cu pas fiecare parte a unei cereri. Folosiți un

instrument de traducere sau un asistent AI dacă engleza e o barieră (vedeți **AI pentru asociații** (p. 81)).

Atenție

Ce să aveți în vedere

- fundsforNGOs doar adună și rezumă anunțuri. Regulile valabile sunt mereu cele din apelul oficial al finanțatorului.
- Multe apeluri nu sunt deschise organizațiilor din Republica Moldova. Căutați explicit țara în secțiunea de eligibilitate.
- Nu plătiți pe nimeni care vă promite un grant „garantat” în schimbul unei taxe. Finanțatorii serioși nu cer bani pentru a aplica.
- Site-ul are și conținut plătit (Premium). Pentru început, conținutul gratuit e suficient.

Vezi și

- **Unde și cum căutați finanțare** (p. 37), **ngo.md** (p. 44), **Portalul UE Funding & Tenders** (p. 48), **Proiecte și finanțare** (p. 30)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Portalul UE Funding & Tenders

Portalul oficial al Comisiei Europene unde se publică apelurile de proiecte, se caută parteneri și se depun cererile.

Cost	Gratuit.
Pe ce merge	Web
Interfață în română	Nu
Adresa	ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home

Pe scurt

EU Funding & Tenders Portal este, după propria descriere, punctul unic de intrare pentru granturile, premiile și achizițiile gestionate de Comisia Europeană și de alte servicii ale UE. Aici găsiți apelurile programelor europene (de exemplu Erasmus+, Corpul European de Solidaritate, Europa Creativă, CERV, LIFE sau acțiunile externe ale UE), cu toate documentele lor. Portalul este în engleză și cere răbdare, dar merită să-l cunoașteți.

La ce îi folosește unei asociații

- Vedeți ce apeluri sunt deschise pe tema voastră și până când se poate aplica.
- Citiți documentele unui apel (condiții, formulare, criterii de evaluare) ca să înțelegeți ce se cere într-un proiect european.
- Căutați organizații partenere din alte țări, prin funcția de căutare a partenerilor.
- Înregistrați asociația și primiți codul de identificare (PIC), cerut ca să depuneți sau să fiți partener într-o cerere.

Primii pași

1. Deschideți **portalul** (ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home) și intrați la căutarea de finanțări („Search funding & tenders”). Puteți căuta după cuvinte din titlu sau descriere și filtra rezultatele.
2. Restrângeți rezultatele la programul care vă interesează. Majoritatea apelurilor sunt împărțite în „topics”, adică subteme, fiecare cu data lui de deschidere și de închidere.
3. Deschideți pagina unui topic. Acolo găsiți condițiile, documentele și termenul. Citiți mai întâi partea despre eligibilitate: ce tip de organizații și din ce țări pot aplica.
4. Dacă vreți să urmăriți portalul de acum înainte, creați-vă un cont EU Login (contul unic pentru serviciile Comisiei Europene).
5. Când găsiți un apel la care puteți aplica, înregistrați asociația în registrul participanților („Participant Register”). Veți primi un PIC, un cod de 9 cifre.
6. Dacă apelul cere un consorțiu (mai multe organizații), folosiți căutarea de parteneri sau întrebați organizațiile cu care lucrați deja.

Tutoriale

- **Manualul online al portalului** (webgate.ec.europa.eu/funding-tenders-opportunities/display/OM/Online+Manual): explică fiecare pas, de la găsirea unui apel la depunere și raportare (în engleză).
- **Cum găsiți un apel** (webgate.ec.europa.eu/funding-tenders-opportunities/spaces/OM/pages/1867921/Search+funding+opportunities+%E2%80%94+Find+a+call): lista programelor găzduite și explicația apelurilor și a subtemelor.
- **Înregistrarea organizației** (webgate.ec.europa.eu/funding-tenders-opportunities/spaces/OM/pages/1867802/Participant+Register+%E2%80%94+Register+your+organisation): ce este PIC-ul și ce documente vi se cer dacă proiectul este selectat.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Eligibilitatea diferă de la program la program și chiar de la un apel la altul. Faptul că un apel apare în portal nu înseamnă că organizațiile din Republica Moldova pot aplica. Căutați lista țărilor eligibile în documentele apelului.
- Multe apeluri europene sunt mari și cer experiență, cofinanțare și parteneri din mai multe țări. Pentru o asociație mică, primul pas realist este adesea să fie partener într-un proiect condus de o organizație cu experiență.
- Unele fonduri europene pentru Moldova ajung la asociațiile locale prin granturi mai mici oferite de organizații mai mari (numite uneori „sub-granturi”). Acestea pot apărea pe ngo.md (p. 44) sau pe site-urile organizațiilor care le administrează.
- Dacă proiectul vostru este selectat, Comisia cere documente care confirmă datele asociației și numirea unui reprezentant (LEAR). Țineți actele de înregistrare la îndemână, scanate.

Vezi și

- **Unde și cum căutați finanțare** (p. 37), **Cadrul logic** (p. 34), **fundsforNGOs** (p. 46), **ngo.md** (p. 44)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Google Sheets

Tabele online pentru liste de membri, înscrieri, răspunsuri la sondaje și indicatorii proiectului.

Cost	Gratuit cu un cont Google. Programul Google for Nonprofits oferă servicii suplimentare pentru ONG-uri; verificați eligibilitatea pentru Moldova.
Pe ce merge	Web, Android, iOS
Interfață în română	Da
Adresa	sheets.google.com

Pe scurt

Google Sheets (în română „Foi de calcul Google”) este un tabel de tip Excel care stă online. Îl pot completa mai mulți membri deodată, iar răspunsurile din Google Forms ajung aici singure. Pentru o asociație, este „caietul de evidență” care nu se pierde și nu se udă.

La ce îi folosește unei asociații

- Lista membrilor și a voluntarilor, cu telefon, sat și disponibilitate.
- Răspunsurile la un formular de înscriere sau la un sondaj, numărate automat.
- Planul de activități al proiectului, cu responsabil, termen și stare (făcut / în lucru).
- Tabelul de indicatori din cadrul logic, completat după fiecare activitate, gata pentru raport.
- Un grafic simplu (câte persoane pe sat, câți tineri și câți vârstnici) pentru raport sau pentru Facebook.

Primii pași

1. Intrați pe **sheets.google.com** și creați o foaie nouă. Dați-i un nume clar, de exemplu „Voluntari curățenie primăvară”.
2. Pe primul rând scrieți titlurile coloanelor (Nume, Sat, Telefon, Vârsta, A participat). Un rând pentru fiecare persoană, o coloană pentru fiecare informație.
3. Înghețați primul rând (meniul „Afișează” sau „Vezi”, apoi „Îngheată”, „1 rând”), ca titlurile să rămână vizibile când derulați.
4. Selectați tabelul și apăsați „Date”, apoi „Creează un filtru”. Acum puteți vedea, de exemplu, doar voluntarii dintr-un singur sat.
5. Ca să numărați ceva, scrieți într-o celulă liberă o formulă de tipul `=COUNTIF(E:E; "Da")`, care numără câte persoane au „Da” în coloana E. Dacă formula dă eroare, înlocuiți punctul și virgula cu virgulă (depinde de setările regionale ale foi).
6. Pentru un rezumat pe categorii, folosiți „Inserează”, apoi „Tabel pivot”. Pentru o imagine, selectați datele și alegeți „Inserează”, apoi „Diagramă”.
7. Apăsați „Permite accesul” și dați drept de editare doar celor care completează tabelul.

Tutoriale

- **Cum să folosești Foi de calcul Google** (support.google.com/docs/answer/6000292?hl=ro): primii pași, în română.
- **Sortează și filtrează datele** (support.google.com/docs/answer/3540681?hl=ro): filtre și sortare.
- **Creați și folosiți tabele pivot** (support.google.com/docs/answer/1272900?hl=ro): rezumate pe categorii fără formule.
- **Tipuri de grafice și diagrame** (support.google.com/docs/answer/190718?hl=ro): ce grafic alegeți pentru ce date.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Un tabel cu nume și telefoane conține date personale. Dați acces doar celor care chiar au nevoie și nu publicați linkul pe rețelele sociale.
- Pentru datele despre copii, sănătate sau situația socială a unei familii, adunați doar strictul necesar și ștergeți ce nu mai folosiți.
- Nu amestecați într-o coloană lucruri diferite (de exemplu „Sat” și „Telefon” în aceeași celulă). Mai târziu nu le veți mai putea număra.
- Dacă cineva șterge din greșală un rând, îl recuperați din istoricul versiunilor: apăsați „Ultima modificare” (pictograma cu ceas din dreapta sus) și restabiliți o versiune anterioară.

Vezi și

- **Google Forms** (p. 73), **Data Studio** (p. 79), **Datawrapper** (p. 77), **Sondajul în comunitate** (p. 70), **Cadrul logic** (p. 34)

CAPITOLUL 3

Colaborare și organizare

Cum lucrați împreună în echipă fără să pierdeți fișiere, termene și oameni pe drum, chiar dacă unii membri sunt plecați departe.

Într-o asociație mică, totul ține adesea de câțiva oameni și de telefonul lor. Actele sunt în e-mailul președintelui, pozele sunt la un voluntar care a plecat la studii, iar cine ce face până vineri se discută pe un grup de mesagerie unde lucrurile importante se pierd printre felicitări. Zona asta vă ajută să păstrați documentele într-un loc comun, să vă vedeți online când nu puteți fi în aceeași sală și să știți în orice moment cine de ce se ocupă.

Instrumente

- **Google Drive** (p. 57): un dosar comun al asociației, cu acte, poze și rapoarte, accesibil de pe orice telefon.
- **Google Calendar** (p. 59): un calendar comun cu ședințele, activitățile și termenele asociației.
- **Jitsi Meet** (p. 61): întâlniri video gratuite, la care participanții intră dintr-un link, fără cont.
- **Trello** (p. 63): un panou cu sarcinile echipei, ca să se vadă ce e de făcut, ce e în lucru și ce e gata.
- **Padlet** (p. 65): un perete online unde toți pot lăsa idei, poze sau păreri, de exemplu după un eveniment.

Cum să faceți

- **Un Drive comun pentru asociație, organizat de la început** (p. 53)
- **O ședință online a asociației, de la invitație la procesul-verbal** (p. 55)

Primul pas de azi

Faceți o listă scurtă cu documentele de care asociația are nevoie des: statutul, certificatul de înregistrare, logo-ul, ultimul raport, lista de contacte a partenerilor. Lângă fiecare, scrieți unde se află acum și la cine. Dacă răspunsul e „în telefonul cuiva”, ați găsit primul lucru de mutat într-un dosar comun.

CUM SĂ FACEȚI

Un Drive comun pentru asociație, organizat de la început

Mutați actele, pozele și rapoartele asociației într-un dosar comun pe Google Drive, cu acces clar pentru fiecare membru.

Durata: 1 oră pentru structură, apoi câteva minute la fiecare activitate

Nivel: Începător

Cu: Google Drive

Situația

O asociație de femei dintr-un sat lucrează de câțiva ani la proiecte mici: un atelier de croitorie, o colectă pentru o familie care și-a pierdut casa într-un incendiu, o masă caldă pentru bătrâni de sărbători. Statutul e scanat în e-mailul președintei, contractele cu finanțatorul sunt la contabilă, pozele sunt în telefoanele a cinci voluntare. Când vine un nou apel de finanțare, jumătate din timp se duce pe căutat documente.

De ce aveți nevoie

- Un cont Google al asociației (o adresă Gmail făcută special pentru asociație), protejat cu **autentificarea în doi pași** (p. 104).
- Adresele de e-mail ale membrilor care vor avea acces.
- O oră liniștită, la calculator, pentru prima organizare.
- Lista documentelor importante și locul unde se află acum fiecare.

Pașii

1. Intrați în **Google Drive** (p. 57) cu contul asociației și creați un dosar principal cu numele asociației.
2. Creați în el subdosare numerotate, ca să stea mereu în aceeași ordine: „01 Acte constitutive”, „02 Proiecte”, „03 Rapoarte”, „04 Ședințe și procese-verbale”, „05 Poze și video”, „06 Modele și logo”.
3. În „02 Proiecte” și „05 Poze și video”, faceți câte un subdosar pentru fiecare activitate, cu anul și luna în față: „2026-04 Curățenia de primăvară”. Așa se ordonează singure.
4. Stabiliți o regulă simplă pentru numele fișierelor și scrieți-o într-un document „Citiți-mă” pus în dosarul principal: data, apoi ce este. De exemplu „2026-03-15 Proces-verbal adunarea generală”.
5. Dați acces din butonul „Trimiteți” (Share) al dosarului principal. Consiliul și cei care scriu proiecte primesc rol de Editor, ceilalți membri rol de Cititor.
6. Pentru dosarul de poze, dați rol de Editor și voluntarilor care fotografiază, ca să-și poată încărca direct pozele de pe telefon.
7. Mutați documentele existente: fiecare om încarcă în dosarul potrivit ce are la el. Fixați un termen, de exemplu două săptămâni.

8. Documentele noi (rapoarte, cereri de finanțare) creați-le din contul asociației sau transferați-le proprietatea către acest cont după ce sunt gata.
9. Puneți în calendar o verificare la fiecare trei luni: cine mai are acces, ce trebuie arhivat, dacă mai e spațiu liber.

Cu AI

Dacă nu știți cum să împărțiți dosarele, un asistent AI vă poate propune o structură pornind de la ce face asociația. Adaptați-o la nevoile voastre: cu cât sunt mai puține dosare, cu atât se țin mai ușor în ordine.

Suntem o asociație obștească mică dintr-un sat din Republica Moldova. Facem ateliere pentru femei, colecte pentru familii în dificultate și mese calde pentru bătrâni de sărbători. Scriem câteva cereri de finanțare pe an și trebuie să raportăm finanțatorilor.

Propune-mi o structură de dosare pentru Google Drive, de maximum 6 dosare principale, fiecare cu 2-4 subdosare, și o regulă simplă de denumire a fișierelor. Explică pe scurt ce intră în fiecare dosar.

Verificați înainte să-l dați echipei

- ☐ Proprietarul dosarului principal este contul asociației.
- ☐ Cel puțin doi oameni din consiliu știu parola contului asociației și o păstrează în siguranță, de exemplu într-un manager de parole ca **Bitwarden** (p. 106).
- ☐ Niciun dosar cu date personale (liste de beneficiari, copii de buletin, contracte) nu are setat accesul „Oricine are linkul”.
- ☐ Fiecare membru a primit linkul și a deschis dosarul măcar o dată.
- ☐ Documentul „Citiți-mă” explică pe scurt structura și regula de denumire.
- ☐ Cei care au plecat din asociație nu mai au acces.

Mergeți mai departe

- **O ședință online a asociației** (p. 55), cu procesul-verbal salvat direct în dosarul „Ședințe”.
- **Protejarea contului asociației** (p. 102)
- **Raportul de activitate** (p. 40)
- **Google Drive** (p. 57), **Google Docs** (p. 42), **Colaborare și organizare** (p. 52)

CUM SĂ FACEȚI

O ședință online a asociației, de la invitație la procesul-verbal

Organizați o ședință a consiliului sau a membrilor pe Jitsi Meet, cu invitație în calendar, ordine de zi și proces-verbal.

Durata: 30 de minute de pregătire, plus ședința

Nivel: Începător

Cu: Jitsi Meet, Google Calendar, Google Docs

Situația

Consiliul unei asociații din raionul Cahul trebuie să aprobe raportul anual și bugetul unui mic proiect pentru tineri. Doi membri lucrează în Italia, unul e student la Chișinău, iar președintele stă în sat. A-i aduna pe toți în aceeași sală nu se poate până la vară, dar decizia trebuie luată luna aceasta.

De ce aveți nevoie

- Un calculator sau un telefon cu internet stabil pentru fiecare participant, cu cameră și microfon.
- **Jitsi Meet** (p. 61) pentru ședință (cine organizează are nevoie de un cont Google sau de alt cont acceptat la autentificare).
- **Google Calendar** (p. 59) pentru invitație și **Google Docs** (p. 42) pentru ordinea de zi și procesul-verbal.
- Statutul asociației la îndemână, ca să verificați dacă permite ședințe și vot la distanță și ce cvorum cere.

Pașii

1. Verificați în statut cum se convoacă ședința, cu câte zile înainte și ce cvorum e necesar. Dacă statutul nu spune nimic despre ședințe online, discutați în consiliu cum veți consemna participarea și votul.
2. Stabiliți data și ora potrivite pentru toți. Țineți cont de fusul orar al celor plecați: o ședință la ora 19:00 în Moldova e la ora 18:00 în Italia.
3. Scrieți ordinea de zi într-un document Google Docs: punctele de discutat, în ordine, cu cine prezintă fiecare punct. Atașați documentele de aprobat (raportul, bugetul).
4. Creați linkul de ședință pe meet.jit.si, cu un nume greu de ghicit, și verificați că intrați voi.
5. Creați în Google Calendar evenimentul, puneți linkul Jitsi și linkul ordinii de zi în descriere și invitați membrii consiliului pe e-mail. Trimiteți linkul și pe grupul de mesagerie, pentru cei care citesc rar e-mailul.
6. Cu o zi înainte, trimiteți un memento scurt și rugați-i pe cei care intră prima dată să încerce linkul din timp.

7. În ziua ședinței, intrați cu 10 minute mai devreme, autentificați-vă ca organizator și puneți parola sau sala de așteptare.
8. Stabiliți la început cine conduce ședința și cine scrie procesul-verbal. Verificați cvorumul, cu numele fiecărui participant.
9. Pentru fiecare vot, cereți fiecărui membru să spună pe rând „pentru”, „împotriva” sau „mă abțin” și notați în procesul-verbal cum a votat fiecare.
10. După ședință, definitivați procesul-verbal, trimiteți-l participanților pentru verificare și salvați-l în dosarul „Ședințe” din Drive-ul comun.

Cu AI

Dacă ați luat notițe în grabă, un asistent AI vă poate ajuta să le transformați în ciorna procesului-verbal. Verificați apoi fiecare cifră, nume și decizie: ciorna nu e gata de semnat până nu o citește cineva care a fost la ședință.

Mai jos sunt notițele mele de la ședința online a consiliului unei asociații obștești din Republica Moldova. Transformă-le într-o ciornă de proces-verbal, cu structura: data și ora, forma ședinței (online), participanți, cvorum, ordinea de zi, discuții pe scurt pentru fiecare punct, decizii și rezultatul votului pentru fiecare decizie.

Nu adăuga nimic ce nu apare în notițe. Unde lipsește o informație, scrie [DE COMPLETAT].

Notițele:
(lipiți aici notițele)

Verificați înainte de întâlnire

- ☐ Toți membrii au primit invitația cu linkul și ordinea de zi, în termenul cerut de statut.
- ☐ Ați încercat linkul Jitsi și știți cum se pune parola sau sala de așteptare.
- ☐ Ora e corectă și pentru cei din alt fus orar.
- ☐ Documentele de aprobat au fost trimise înainte, ca oamenii să le citească.
- ☐ Procesul-verbal are participanții, cvorumul, deciziile și rezultatul fiecărui vot.
- ☐ Dacă ați înregistrat ședința, toți participanții au fost anunțați și au fost de acord.

Mergeți mai departe

- **Un Drive comun pentru asociație** (p. 53), ca procesele-verbale să stea toate într-un loc.
- **Rezumatul unui document cu ajutorul AI** (p. 83)
- **Jitsi Meet** (p. 61), **Google Calendar** (p. 59), **Trello** (p. 63), pentru sarcinile care rezultă din ședință.
- **Colaborare și organizare** (p. 52)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Google Drive

Spațiu online pentru documentele, pozele și rapoartele asociației, accesibil întregii echipe de pe telefon sau calculator.

Cost	Gratuit, cu un cont Google; spațiu suplimentar este plătit.
Pe ce merge	Web, Android, iOS, Windows, macOS
Interfață în română	Da
Adresa	drive.google.com

Pe scurt

Google Drive este spațiul de stocare online care vine cu orice cont Google (Gmail). Păstrați acolo fișiere de orice fel și le dați acces celor din echipă, cu drept de vizualizare, de comentare sau de editare. Pentru o asociație, rezolvă problema documentelor împrăștiate prin telefoane și e-mailuri personale.

La ce îi folosește unei asociații

- Un dosar comun cu actele asociației: statut, certificat de înregistrare, procese-verbale.
- Pozele de la fiecare activitate, strânse de la toți voluntarii într-un singur loc.
- Rapoartele și documentele de proiect, la care lucrează mai mulți oameni deodată, în **Google Docs** (p. 42) și **Google Sheets** (p. 50).
- Un link pe care îl trimiteți unui finanțator sau partenerului, în loc de zece atașamente.

Primii pași

1. Creați (sau folosiți) un cont Gmail al asociației, cu o parolă puternică și autentificare în doi pași. Acesta va fi proprietarul dosarului comun.
2. Intrați pe drive.google.com sau deschideți aplicația Google Drive pe telefon.
3. Apăsați pe „Nou” și creați un dosar principal cu numele asociației.
4. În interiorul lui, creați câteva subdosare clare: Acte, Proiecte, Poze, Rapoarte, Ședințe.
5. Deschideți meniul dosarului principal și alegeți „Trimiteți” (Share). Adăugați adresele de e-mail ale membrilor și alegeți rolul fiecăruia: Cititor, Comentator sau Editor.
6. Încărcați primele documente: statutul și lista de contacte a echipei.
7. Instalați aplicația Drive pe telefoanele celor care fac poze la evenimente, ca să le încarce direct în dosarul Poze.

Tutoriale

- **Centrul de ajutor Google Drive** (support.google.com/drive): instrucțiuni oficiale în română, pentru calculator și telefon.

- **Trimiteți fișierele din Google Drive** (support.google.com/drive/answer/2494822): cum dați acces altora și ce înseamnă fiecare rol.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Spațiul gratuit e comun pentru Gmail, Drive și Google Foto. Filmările lungi îl umplu repede. Păstrați pe Drive doar ce aveți nevoie.
- Opțiunea „Oricine are linkul” face un fișier accesibil oricui primește linkul, chiar și din greșeală. Nu o folosiți pentru liste cu date personale, copii de buletin sau documente financiare.
- Un fișier încărcat sau creat de un voluntar din contul lui rămâne în proprietatea lui, chiar dacă stă în dosarul asociației. Înainte să plece cineva din echipă, rugați-l să transfere proprietatea documentelor importante către contul asociației sau faceți copii ale lor din contul asociației. Apoi scoateți-i accesul.
- Google are un program pentru ONG-uri (Google pentru organizații nonprofit). Verificați eligibilitatea pentru Moldova pe **pagina programului** (google.com/intl/ro/nonprofits).

Vezi și

- **Un Drive comun pentru asociație, organizat de la început** (p. 53), **Google Calendar** (p. 59), **Autentificarea în doi pași** (p. 104), **Colaborare și organizare** (p. 52)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Google Calendar

Un calendar comun al asociației, cu ședințe, activități și termene, pe care îl vede toată echipa.

Cost	Gratuit, cu un cont Google.
Pe ce merge	Web, Android, iOS
Interfață în română	Da
Adresa	calendar.google.com

Pe scurt

Google Calendar este calendarul care vine cu orice cont Google. Pe lângă calendarul personal, puteți crea un calendar separat al asociației și îl partajați cu echipa. Fiecare vede evenimentele asociației pe telefon, lângă programul lui, și primește memento-uri.

La ce îi folosește unei asociații

- Toate ședințele, activitățile și termenele de raportare într-un singur loc.
- Memento-uri automate pe telefon cu o zi sau o oră înainte, ca nimeni să nu uite.
- Invitații trimise pe e-mail, la care oamenii confirmă dacă vin.
- Un calendar public al activităților, pe care îl puneți pe site.

Primii pași

1. Intrați pe calendar.google.com de pe calculator, cu contul Google al asociației.
2. În stânga, lângă „Alte calendare”, apăsați pe semnul plus și alegeți „Creează un calendar”. Numiți-l, de exemplu, „Asociația: activități”.
3. Deschideți setările noului calendar și, la secțiunea de permisiuni de acces, adăugați adresele membrilor echipei.
4. Alegeți pentru fiecare ce poate face: doar să vadă evenimentele sau să le și modifice. Pentru cei care organizează, permiteți modificarea.
5. Creați primul eveniment: titlu, dată, oră, loc, o descriere scurtă. În lista de calendare a evenimentului, alegeți calendarul asociației.
6. Adăugați invitați dacă vreți ca oamenii să primească invitația pe e-mail și să răspundă.
7. Membrii echipei primesc un e-mail cu linkul calendarului. După ce îl adaugă, îl văd și în aplicația Google Calendar de pe telefon.

Tutoriale

- **Centrul de ajutor Google Calendar** (support.google.com/calendar): instrucțiuni oficiale, în română.

- **Creează un calendar** (support.google.com/calendar/answer/37095): pașii pentru un calendar nou, separat de cel personal.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Un calendar făcut public se vede pe internet de oricine. Puneți acolo doar activitățile deschise, fără numere de telefon personale și fără nume de beneficiari.
- Ședințele interne țineți-le într-un calendar separat, partajat doar cu echipa.
- Dacă membrii lucrează peste hotare, verificați fusul orar din setări. Calendarul arată fiecăruia ora lui locală.
- Denumirile din meniuri se pot schimba puțin de la o versiune la alta. Dacă un cuvânt diferă, căutați opțiunea cu sensul cel mai apropiat.

Vezi și

- **O ședință online a asociației** (p. 55), **Jitsi Meet** (p. 61), **Google Sites** (p. 28), **Colaborare și organizare** (p. 52)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Jitsi Meet

Întâlniri video gratuite din browser sau din aplicație; participanții intră dintr-un link, fără cont.

Cost	Gratuit.
Pe ce merge	Web, Android, iOS
Interfață în română	Da
Adresa	meet.jit.si

Pe scurt

Jitsi Meet este un serviciu gratuit de întâlniri video, cu cod sursă deschis. Pe calculator merge direct din browser, fără instalare. Pe telefon se folosește aplicația Jitsi Meet. Cine organizează întâlnirea se autentifică la început, iar ceilalți intră doar cu linkul, fără cont.

La ce îi folosește unei asociații

- Ședința consiliului sau adunarea membrilor, cu membrii plecați la muncă sau la studii peste hotare.
- O discuție rapidă cu un partener din alt raion, fără drum.
- Un atelier online scurt pentru voluntari, cu ecranul partajat.
- O întâlnire cu părinții copiilor dintr-un club, seara, de acasă.

Primii pași

1. Deschideți meet.jit.si în browserul Chrome sau Firefox de pe calculator.
2. Scrieți un nume pentru întâlnire, greu de ghicit, de exemplu „AsociatiaVerde-sedinta-martie-7Q”. Numele devine parte din link.
3. Apăsați pe butonul de pornire a întâlnirii și permiteți browserului acces la cameră și microfon.
4. Ca organizator, vi se va cere să vă autentificați (de exemplu cu un cont Google). Participanții nu au nevoie de cont.
5. Copiați linkul din bara de adrese și trimiteți-l participanților, împreună cu ora.
6. Din setările de securitate ale întâlnirii puteți pune o parolă sau puteți activa sala de așteptare, ca să intre doar cine vreți voi.
7. Cei care intră de pe telefon instalează din timp aplicația Jitsi Meet și deschid linkul primit.

Tutoriale

- **Ghidul utilizatorului Jitsi Meet** (jitsi.github.io/handbook/docs/user-guide): documentația oficială, în engleză.

- **Cum porniți o întâlnire** (jitsi.github.io/handbook/docs/user-guide/user-guide-start-a-jitsi-meeting): pașii de bază pentru organizator.
- **Funcții avansate** (jitsi.github.io/handbook/docs/user-guide/user-guide-advanced): parolă, sală de așteptare, partajarea ecranului și altele.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Oricine are linkul poate intra, dacă nu ați pus parolă sau sală de așteptare. Nu publicați linkul ședințelor interne pe Facebook.
- Dacă înregistrați întâlnirea, anunțați participanții la început și cereți-le acordul.
- La o conexiune slabă, opriți camera și lăsați doar sunetul. Pentru ședințe cu multă lume, rugați participanții să-și închidă microfonul când nu vorbesc.
- Încercați linkul cu o zi înainte, mai ales dacă participanții sunt mai în vârstă sau intră prima dată.

Vezi și

- **O ședință online a asociației, de la invitație la procesul-verbal** (p. 55), **Google Calendar** (p. 59), **Colaborare și organizare** (p. 52)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Trello

Un panou cu sarcinile echipei, împărțit pe coloane, ca să se vadă cine ce face și ce e gata.

Cost	Are plan gratuit, cu limite (inclusiv la numărul de colaboratori dintr-un spațiu de lucru); restul planurilor sunt plătite.
Pe ce merge	Web, Android, iOS, Windows, macOS
Interfață în română	Nu (are engleză, rusă, ucraineană și alte limbi)
Adresa	trello.com

Pe scurt

Trello organizează munca pe un panou cu coloane, de obicei „De făcut”, „În lucru” și „Gata”. Fiecare sarcină e un cartonaș pe care îl mutați dintr-o coloană în alta. Pe cartonaș puneți cine se ocupă, până când și o listă de pași. E potrivit pentru o echipă mică ce pregătește un eveniment sau un proiect cu multe bucăți.

La ce îi folosește unei asociații

- Pregătirea unui festival: scena, sunetul, vânzătorii de la târg, afișul, permisiunea de la primărie, fiecare pe cartonașul lui.
- O curățenie de primăvară: saci, mănuși, transportul gunoierului, anunțul, pozele de după.
- Urmărirea cererilor de finanțare: idei, în scriere, depusă, răspuns primit.
- O imagine clară, la ședință, a ceea ce s-a făcut și ce a rămas.

Primii pași

1. Creați un cont pe trello.com sau în aplicația de telefon. Puteți schimba limba interfeței din setările contului, dacă nu vreți engleza.
2. Creați un panou nou (Board) și numiți-l după activitate, de exemplu „Festivalul satului”.
3. Faceți trei liste (List): De făcut, În lucru, Gata.
4. Adăugați câte un cartonaș (Card) pentru fiecare sarcină. Scrieți sarcina ca o acțiune: „Sunăm la primărie pentru scenă”.
5. Invitați membrii echipei în panou, prin e-mail sau cu un link de invitație.
6. Deschideți fiecare cartonaș și puneți responsabilul (Members) și termenul (Dates).
7. La fiecare ședință, treceți prin panou și mutați cartonașele în coloana potrivită.

Tutoriale

- **Ghidul Trello** (trello.com/guide): introducere oficială pas cu pas, de la primul panou la lucrul în echipă (în engleză).

- **Centrul de ajutor Trello** (support.atlassian.com/trello): răspunsuri la întrebări despre cont, panouri, cartonașe și aplicațiile mobile.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Interfața nu are limba română. Dacă unii membri nu se descurcă cu engleza, puteți folosi rusa sau puteți ține aceleași coloane într-un tabel din **Google Sheets** (p. 50).
- Planul gratuit limitează numărul de colaboratori dintr-un spațiu de lucru. Pentru o echipă mică ajunge de obicei, dar verificați limita actuală înainte să invitați mulți voluntari.
- Panourile pot fi făcute publice din greșeală. Verificați setarea de vizibilitate a panoului și lăsați-o privată sau vizibilă doar pentru spațiul de lucru.
- Un panou ajută doar dacă îl deschide toată lumea. Stabiliți de la început că sarcinile se discută acolo.

Vezi și

- **Google Drive** (p. 57), **Google Calendar** (p. 59), **Padlet** (p. 65), **Colaborare și organizare** (p. 52)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Padlet

Un perete online unde oricine are linkul poate lăsa idei, poze, comentarii sau linkuri.

Cost	Are plan gratuit, cu un număr mic de panouri; planurile mai mari sunt plătite.
Pe ce merge	Web, Android, iOS
Interfață în română	Da
Adresa	padlet.com

Pe scurt

Padlet este un fel de avizier online. Creați un panou, trimiteți linkul, iar oamenii adaugă pe el bilețele cu text, poze sau linkuri, de pe telefon, fără să instaleze nimic. E potrivit pentru momentele în care vreți să strângeți repede păreri sau materiale de la mulți oameni.

La ce îi folosește unei asociații

- Un perete cu idei de la tineri pentru activitățile clubului din vara asta.
- Pozele de la un eveniment, strânse de la toți participanții într-un singur loc.
- Păreri anonime după un atelier: ce a mers, ce ar trebui schimbat.
- Harta problemelor din sat (gropi, gunoiști, felinare stinse), cu poze și locul marcat.

Primii pași

1. Creați un cont pe padlet.com cu adresa asociației.
2. Creați un panou nou și alegeți forma: perete, coloane, hartă sau cronologie.
3. Scrieți titlul și o întrebare clară în descriere, de exemplu „Ce activități ați vrea în club în vara asta?”.
4. Din setări, alegeți cine poate vedea și cine poate scrie, și dacă postările apar imediat sau după aprobarea voastră.
5. Adăugați voi primul bilețel, ca model pentru ceilalți.
6. Trimiteți linkul sau codul QR al panoului pe grupul de mesagerie sau puneți-l pe un afiș.
7. După ce strângeți răspunsurile, exportați panoul sau faceți o captură și discutați rezultatele la ședință.

Tutoriale

- **Centrul de ajutor Padlet** (padlet.help): ghiduri oficiale despre crearea panourilor, setările de confidențialitate și moderare (în engleză).
- **Cum schimbați limba în Padlet** (padlet.help/1/en/about-padlet/do-you-have-it-in-my-language): lista limbilor disponibile și pașii pentru a trece pe română.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Participanții pot scrie fără cont, deci de obicei anonim. Dacă aveți nevoie să știți cine a propus ceva, rugați-i să-și treacă prenumele pe bilețel.
- Când lucrați cu copii și tineri, activați aprobarea postărilor înainte să apară pe panou.
- Un panou cu link public poate fi găsit de oricine are linkul. Nu cereți acolo nume complete, numere de telefon sau adrese.
- Planul gratuit permite doar câteva panouri. Ștergeți sau arhivați panourile vechi după ce ați salvat ce v-a trebuit.

Vezi și

- **Trello** (p. 63), **Google Forms** (p. 73), **Un sondaj în comunitate** (p. 70), **Colaborare și organizare** (p. 52)

CAPITOLUL 4

Date și feedback

Aflați ce vrea comunitatea, adunați înscrieri și arătați rezultatele în cifre și grafice ușor de înțeles.

O asociație mică știe de obicei „din auzite” ce le trebuie oamenilor. Finanțatorii, primăria și chiar membrii voștri au însă încredere mai mare când puteți arăta cifre: câți au răspuns la sondaj, câți au venit la activitate, ce s-a schimbat după. Zona aceasta vă ajută să adunați date simplu, cu formulare pe telefon, să le țineți ordonate într-un tabel și să le arătați într-un grafic clar.

Instrumente

- **Google Forms** (p. 73): formulare de înscriere și sondaje, cu răspunsurile adunate automat.
- **Google Sheets** (p. 50): tabelul în care se strâng și se numără răspunsurile.
- **KoboToolbox** (p. 75): chestionare pentru teren, care funcționează și fără internet pe telefon.
- **Datawrapper** (p. 77): grafice și hărți curate pentru raport sau pentru pagina de Facebook.
- **Data Studio (fostul Looker Studio)** (p. 79): un panou cu cifrele principale, actualizat singur din tabel.

Cum să faceți

- **Un formular de înscriere în 15 minute** (p. 68)
- **Un sondaj în comunitate, de la întrebări la grafic** (p. 70)
- **Un raport de activitate cu cifre și fotografii** (p. 40)

Primul pas de azi

Gândiți-vă la următoarea activitate a asociației și scrieți pe o foaie trei lucruri pe care ați vrea să le știți despre participanți (de exemplu: din ce sat vin, câți ani au, cum au aflat de voi). Acestea vor fi primele trei întrebări din formularul de înscriere.

CUM SĂ FACEȚI

Un formular de înscriere în 15 minute

Cum faceți un formular de înscriere pe Google Forms, cu acordul părinților pentru minori și cu locuri limitate.

Durata: 15 minute

Nivel: Începător

Cu: Google Forms, Google Sheets

Situația

Clubul de tineret al asociației organizează sâmbăta viitoare, la casa de cultură, un atelier de fotografie cu telefonul. Locurile sunt limitate, iar o parte dintre cei interesați au sub 18 ani. Până acum înscrierile se făceau pe Viber, în mesaje private, și de fiecare dată s-au pierdut nume, iar la ușă au venit mai mulți oameni decât încăpea sala.

De ce aveți nevoie

- Un cont Google, ideal cel comun al asociației.
- Detaliile activității: data, ora, locul, pentru cine este, câte locuri sunt.
- Textul scurt despre date personale (cine vede datele, de ce le cereți, cât le păstrați).
- 15 minute și un telefon pe care să testați formularul.

Pașii

1. Deschideți **Google Forms** (p. 73) la forms.google.com și apăsați „Formular nou”.
2. **Titlul și descrierea.** Titlu: „Înscriere: atelier de fotografie cu telefonul”. În descriere: data, ora, locul, ce trebuie să aducă participanții și o frază despre date: „Datele voastre le vede doar echipa asociației și le folosim doar pentru acest atelier.”
3. **Întrebările de bază**, toate obligatorii: Nume și prenume (răspuns scurt), Localitatea (variantă multiple, cu satele din jur și opțiunea „Altele”), Telefon (răspuns scurt), Vârsta (variantă multiple pe categorii: sub 14, 14-17, 18 și peste).
4. **O întrebare din drumul beneficiarului:** „De unde ați aflat de atelier?” (Facebook, Viber, școală, prieteni, afiș). Răspunsurile vă arată care canal funcționează, exact treapta de „aflare” din funnel-ul de la sesiune.
5. **Secțiunea pentru minori.** Adăugați o secțiune nouă („Acordul părintelui”), cu numele părintelui, telefonul lui și o casetă de bifat: „Sunt de acord ca fiul/fiica mea să participe”. Apoi, la întrebarea despre vârstă, apăsați „Mai multe” (cele trei puncte) și alegeți „Accesează secțiunea în funcție de răspuns”: cei sub 18 ani merg la secțiunea pentru părinți, ceilalți trec direct la final.
6. **Acordul pentru fotografii.** Adăugați o întrebare separată, cu „Da” și „Nu”: „Sunteți de acord să apăreți în fotografiile publicate de asociație?”. Respectați răspunsul și la publicare.
7. **Legeți formularul de un tabel.** În fila „Răspunsuri”, apăsați „Mai multe” și „Selectează destinația pentru răspunsuri”, apoi creați o foaie de calcul nouă. Lista participanților se face singură în **Google Sheets** (p. 50).

8. **Limitați locurile.** Apăsați „Publică”. După publicare, de la butonul „Publicat”, puteți seta o dată de închidere sau o limită de răspunsuri, ca formularul să se închidă singur când s-au ocupat locurile. Scrieți în mesajul de confirmare (în „Setări”, la „Prezentare”) ce urmează: „Vă sunăm cu o zi înainte ca să confirmăm.”
9. **Testați.** Copiați linkul pentru respondenți, completați formularul de pe telefon o dată ca adult și o dată ca minor, verificați că apar ambele în tabel, apoi ștergeți răspunsurile de test.
10. **Trimiteți linkul** pe grupurile de Viber, pe pagina de Facebook și pe un **afiș** (p. 10) (pe afiș ajută și un cod QR făcut din link).

Cu AI

Un asistent AI vă poate propune întrebările și textul despre date personale, pe care apoi le adaptați. Nu-i dați datele participanților.

Fac un formular de înscriere pe Google Forms pentru o activitate a unei asociații obștești din Republica Moldova.

Activitatea: [ce, când, unde, pentru cine].

Participanții pot avea și sub 18 ani.

Propune-mi:

1. Maximum 8 întrebări, cu tipul fiecăreia (răspuns scurt, variante multiple, casete de selectare) și care ar trebui să fie obligatorii.
 2. Un text scurt și prietenos pentru descrierea formularului, care spune cine vede datele, de ce le cerem și cât timp le păstrăm.
 3. Textul pentru acordul părintelui și pentru acordul privind fotografiile.
 4. Un mesaj de confirmare după trimitere.
- Scrie în română simplă și prietenoasă.

Verificați înainte să publicați

- ☐ Titlul și descrierea spun clar ce, când și unde.
- ☐ Cereți doar datele de care chiar aveți nevoie.
- ☐ Minorii ajung la secțiunea cu acordul părintelui.
- ☐ Există o întrebare separată pentru acordul privind fotografiile.
- ☐ Răspunsurile ajung într-o foaie Google Sheets.
- ☐ Ați setat limita de răspunsuri sau data de închidere.
- ☐ Ați testat formularul pe telefon și ați șters răspunsurile de test.
- ☐ Formularul nu cere cont Google (fără limitare la un răspuns și fără încărcare de fișiere).

Mergeți mai departe

- Același instrument, pentru întrebări despre nevoi: **un sondaj în comunitate** (p. 70).
- Afișul pentru activitate: **un afiș pentru eveniment în 20 de minute** (p. 10).
- După activitate, cifrele din formular intră în **raportul de activitate** (p. 40).
- Despre protejarea datelor asociației: **Siguranță online** (p. 100).

CUM SĂ FACEȚI

Un sondaj în comunitate, de la întrebări la grafic

Cum aflați ce cred și ce vor oamenii din localitate, cu un chestionar scurt, online și pe hârtie, și cum arătați rezultatele.

Durata: 2 ore de pregătire, plus 1-2 săptămâni de colectare

Nivel: Începător

Cu: Google Forms, KoboToolbox, Google Sheets, Datawrapper

Situația

Primăria a oferit asociației o sală nefolosită din clădirea fostei grădinițe. Membrii au multe idei (club de tineret, cerc de croitorie, loc pentru vârstnici), dar nu știu ce ar folosi oamenii cu adevărat. Mai mult, un finanțator le-a spus că o cerere de finanțare are mai multe șanse dacă arată că nevoia a fost verificată în comunitate.

De ce aveți nevoie

- O singură întrebare mare la care vreți răspuns („Ce activități ar folosi locuitorii în sala nouă și când?”).
- Persona și „durerile” definite la sesiune, ca să știți pe cine întrebați.
- **Google Forms** (p. 73) pentru varianta online și câteva foi tipărite pentru cei care nu folosesc internetul. Pentru un sondaj din casă în casă, **KoboToolbox** (p. 75).
- 2-3 voluntari pentru colectare și un tabel în **Google Sheets** (p. 50).

Pașii

1. **Scriveți întrebarea mare și ce veți face cu răspunsul.** Dacă nu știți ce decizie luați după sondaj, nu aveți încă nevoie de el.
2. **Alegeți pe cine întrebați.** Tot satul, doar tinerii, doar părinții? Gândiți-vă cum ajungeți și la cei care nu sunt pe Facebook: vârstnicii, oamenii de la margine de sat, cei plecați la muncă și întorși doar în weekend.
3. **Scriveți 8-12 întrebări.** Majoritatea închise (cu variante de ales), 1-2 deschise la final („Ce altceva v-ar plăcea să găsiți acolo?”). Adăugați 2-3 întrebări despre respondent (categoria de vârstă, partea satului), fără nume.
4. **Curățați întrebările.** Evitați întrebările care sugerează răspunsul („Nu-i așa că satul are nevoie de un club de tineret?”) și pe cele care întreabă două lucruri deodată. Puneți o variantă „Nu știu” sau „Altceva” unde are sens.
5. **Testați cu 3-4 oameni** din grupul vizat, înainte de toți ceilalți. Unde ezită sau întreabă „ce înseamnă asta?”, rescrieți.
6. **Faceți formularul** în Google Forms, cu un text la început: cine face sondajul, de ce, că e anonim și cât durează. Legați răspunsurile de o foaie Google Sheets. Tipăriți aceleași întrebări pentru varianta pe hârtie.

7. **Colectați 1-2 săptămâni.** Trimiteți linkul pe grupurile satului și rugați școala, biserica sau primăria să-l distribuie. Voluntarii completează formularul împreună cu oamenii fără internet, sau introduc seara în formular foile de hârtie.
8. **Numărați.** În fila „Răspunsuri” din Google Forms vedeți deja graficele pentru fiecare întrebare. Pentru comparații (de exemplu ce vor tinerii și ce vor vârstnicii), folosiți în Google Sheets un tabel pivot.
9. **Faceți 2-3 grafice clare** în **Datawrapper** (p. 77), cu un titlu care spune concluzia și numărul total de răspunsuri.
10. **Întoarceți rezultatele în comunitate.** Publicați pe scurt ce ați aflat și ce decideți pe baza lui. Oamenii răspund mai ușor la următorul sondaj când văd că primul a contat.

Cu AI

Un asistent AI e util ca „al doilea cititor” al întrebărilor, înainte de test. Cereți-i să găsească întrebările tendențioase și neclare.

Pregătesc un sondaj scurt pentru locuitorii unui sat din Republica Moldova.
Scopul sondajului: [întrebarea mare la care vrem răspuns].
Cine răspunde: [grupul vizat; mulți sunt vârstnici și completează pe hârtie].

Iată întrebările mele:
[lipiți întrebările, cu variantele de răspuns]

Te rog:

1. Arată-mi întrebările care sugerează răspunsul sau întreabă două lucruri deodată și propune o variantă mai neutră.
 2. Spune-mi unde lipsesc variante de răspuns importante.
 3. Spune-mi ce cuvinte ar putea fi greu de înțeles și cum le simplific.
- Nu adăuga întrebări noi decât dacă lipsește ceva esențial pentru scop.
Răspunde în română.

Verificați înainte să publicați

- ☐ Știți ce decizie veți lua pe baza rezultatelor.
- ☐ Sondajul are cel mult 12 întrebări și durează sub 5 minute.
- ☐ Nicio întrebare nu sugerează răspunsul.
- ☐ Textul de început spune cine sunteți, de ce întrebați și că sondajul e anonim.
- ☐ Nu cereți nume, telefon sau alte date care identifică persoana.
- ☐ Ați testat chestionarul cu câțiva oameni din grupul vizat.
- ☐ Aveți un plan pentru cei fără internet (hârtie sau voluntari).
- ☐ Graficele arată și numărul total de răspunsuri.

Mergeți mai departe

- Rezultatele sondajului verifică cauzele din **arborele problemei** (p. 31) și pot deveni indicatori în **cadru logic** (p. 34).

- Pentru sondaje din casă în casă, fără internet: **KoboToolbox** (p. 75).
- Pentru postarea cu rezultatele: **un text de postare cu ajutorul AI** (p. 16).
- Zona întreagă: **Date și feedback** (p. 67).

FIȘA INSTRUMENTULUI

Google Forms

Formulare de înscriere, sondaje și chestionare de feedback, cu răspunsurile adunate automat într-un tabel.

Cost	Gratuit cu un cont Google. Programul Google for Nonprofits oferă servicii suplimentare pentru ONG-uri; verificați eligibilitatea pentru Moldova.
Pe ce merge	Web (se completează de pe orice telefon, din browser)
Interfață în română	Da
Adresa	forms.google.com

Pe scurt

Google Forms (în română „Formulare Google”) vă lasă să faceți un formular în câteva minute și să trimiteți linkul pe WhatsApp, Viber sau Facebook. Oamenii îl completează de pe telefon, iar voi vedeți răspunsurile adunate, cu grafice făcute automat. Cine completează nu are nevoie de cont Google, cu câteva excepții explicate mai jos.

La ce îi folosește unei asociații

- Înscrieri la un atelier, o tabără sau o curățenie, cu o dată de închidere sau o limită de răspunsuri, ca formularul să se închidă singur când s-au ocupat locurile.
- Un sondaj despre nevoile comunității, înainte să scrieți un proiect.
- Feedback după activitate („Ce v-a plăcut? Ce ar trebui schimbat?”), util direct în raportul pentru finanțator.
- Un test scurt înainte și după un training, ca să arătați ce au învățat participanții (formularul transformat în chestionar cu punctaj).
- Colectarea ideilor de la membri înainte de adunarea generală.

Primii pași

1. Intrați pe **forms.google.com** și apăsați „Formular nou”. Scrieți titlul și o frază despre ce este formularul și cine îl organizează.
2. Adăugați întrebările cu butonul „Adaugă” (semnul +) din dreapta. Alegeți tipul potrivit: răspuns scurt pentru nume, variante multiple când omul alege o singură opțiune, casete de selectare când poate alege mai multe.
3. Marcați ca „Obligatoriu” doar întrebările fără de care nu vă descurcați.
4. Deschideți „Setări” și verificați opțiunile de la „Răspunsuri” și „Prezentare”, inclusiv mesajul de confirmare pe care îl vede omul după ce trimite.
5. În fila „Răspunsuri”, apăsați „Mai multe” (cele trei puncte), alegeți „Selectează destinația pentru răspunsuri” și creați o foaie de calcul nouă. Fiecare răspuns va apărea acolo pe un rând.

6. Apăsați „Publică” în dreapta sus. Un formular nepublicat nu poate fi deschis de respondenți, chiar dacă au linkul.
7. Copiați linkul pentru respondenți și completați voi primii formularul de pe telefon, ca să vedeți cum arată.

Tutoriale

- **Cum să folosești Formulare Google** (support.google.com/docs/answer/6281888?hl=ro): de la formular nou la analiza răspunsurilor.
- **Publică și trimite formularul respondenților** (support.google.com/docs/answer/2839588?hl=ro): publicarea, setările și linkul de trimis.
- **Alege unde dorești să salvezi răspunsurile** (support.google.com/docs/answer/2917686?hl=ro): legătura cu Foi de calcul Google.
- **Creează și notează chestionare** (support.google.com/docs/answer/7032287?hl=ro): testele cu punctaj.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Opțiunea „Limitează la un răspuns” și întrebările cu încărcare de fișiere obligă respondenții să intre în contul Google. Pentru oamenii din sat care nu au cont, lăsați-le dezactivate.
- Scrieți în descrierea formularului de ce cereți datele, cine le vede și cât timp le păstrați. Cereți doar ce folosiți.
- Pentru copii, cereți datele și acordul părintelui, mai ales dacă veți face fotografii la activitate.
- Dacă activați rezumatul rezultatelor pentru respondenți, oricine completează formularul poate vedea răspunsurile celorlalți.

Vezi și

- **Un formular de înscriere în 15 minute** (p. 68), **Sondajul în comunitate** (p. 70), **Google Sheets** (p. 50), **KoboToolbox** (p. 75)

FIȘA INSTRUMENTULUI

KoboToolbox

Chestionare pentru teren, completate pe telefon chiar și fără internet, cu datele trimise când revine semnalul.

Cost	Gratuit pentru organizațiile nonprofit prin planul „Community”, cu limite lunare de răspunsuri și de spațiu; planurile mai mari sunt plătite. Verificați eligibilitatea pentru Moldova.
Pe ce merge	Web, Android (aplicația KoboCollect)
Interfață în română	Nu
Adresa	kobotoolbox.org

Pe scurt

KoboToolbox este o platformă de chestionare folosită de organizații umanitare și de dezvoltare din toată lumea. Diferența față de Google Forms: voluntarii pot completa chestionarele pe teren, în aplicația KoboCollect pentru Android, chiar dacă în sat nu e internet, iar datele se trimit mai târziu. Merită când mergeți din casă în casă sau faceți interviuri cu mulți oameni. Interfața nu are română (are, între altele, engleză și rusă), dar formularele le scrieți în ce limbă vreți.

La ce îi folosește unei asociații

- Un sondaj din poartă în poartă despre nevoile satului, făcut de voluntari cu telefoanele lor.
- O evaluare a drumurilor, fântânilor sau locurilor de joacă, cu fotografie și locație GPS pentru fiecare punct.
- Interviuri cu vârstnicii singuri dintr-o comună, ca bază pentru un proiect de îngrijire la domiciliu.
- Monitorizarea indicatorilor unui proiect în mai multe sate, cu aceeași fișă pentru toți voluntarii.

Primii pași

1. Intrați pe **kobotoolbox.org** și creați un cont. La alegerea serverului, alegeți serverul european (European Union KoboToolbox Server) dacă vreți ca datele să stea în UE.
2. Creați un proiect nou și construiți formularul în editorul vizual („Formbuilder”): adăugați întrebări, alegeți tipul lor și marcați-le pe cele obligatorii.
3. Folosiți logica de salt („skip logic”) ca să ascundeți întrebările care nu se potrivesc (de exemplu, întrebările despre copii apar doar dacă familia are copii).
4. Previzualizați formularul, apoi apăsați „Deploy” ca să-l activați.
5. Pe telefoanele voluntarilor, instalați **KoboCollect** (play.google.com/store/apps/details?id=org.koboc.collect.android) din Google Play și conectați aplicația la proiectul vostru. Descărcați formularul cât aveți internet.

6. Pe teren, voluntarii completează și salvează formularele. Când au din nou internet, le trimit din aplicație. Cine nu are Android poate completa formularul în browser, prin linkul proiectului, cel mai sigur având internet.
7. În proiect, la secțiunea de date, vedeți răspunsurile, rapoartele automate și le puteți descărca în Excel.

Tutoriale

- **Centrul de ajutor KoboToolbox** (support.kobotoolbox.org): ghid pas cu pas, de la cont la descărcarea datelor (în engleză, franceză și spaniolă).
- **KoboToolbox Academy** (academy.kobotoolbox.org): cursuri online despre construirea formularelor și colectarea datelor.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Spuneți fiecărei persoane intervievată cine sunteți, la ce folosec răspunsurile și că poate refuza. Puneți această frază la începutul formularului, ca voluntarul să o citească cu voce tare.
- Locația GPS și fotografiile fac oamenii ușor de recunoscut. Colectați-le doar dacă vă trebuie cu adevărat.
- Faceți un test cu 2-3 voluntari înainte de teren. O întrebare neclară pe 100 de chestionare e greu de reparat după.
- Planul gratuit are limite lunare. Verificați la secțiunea contului cât ați folosit, înainte de un sondaj mare.
- Pentru un formular simplu de înscriere, **Google Forms** (p. 73) e mai rapid. Kobo merită pentru teren și pentru chestionare lungi.

Vezi și

- **Sondajul în comunitate** (p. 70), **Google Forms** (p. 73), **Google Sheets** (p. 50), **Datawrapper** (p. 77)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Datawrapper

Grafice, hărți și tabele curate, făcute din datele voastre în câteva minute, fără cunoștințe de design.

Cost	Are plan gratuit (graficele poartă mențiunea „Created with Datawrapper”); planurile pentru echipe sunt plătite.
Pe ce merge	Web
Interfață în română	Nu
Adresa	datawrapper.de

Pe scurt

Datawrapper este un instrument folosit de multe redacții de știri pentru grafice clare și sobre. Copiați datele dintr-un tabel, alegeți tipul de grafic și primiți un grafic pe care îl puteți descărca ca imagine sau pune pe un site. Interfața e în engleză, dar textele din grafic le scrieți în română.

La ce îi folosește unei asociații

- Graficul cu rezultatele sondajului din comunitate, pentru raportul către finanțator.
- O imagine pentru Facebook: „Ce și-au dorit locuitorii satului de la noul centru de tineret”.
- Un tabel ordonat cu activitățile anului, pentru raportul anual sau pentru adunarea generală.
- Un grafic care arată „înainte și după” un proiect (de exemplu, câte familii foloseau colectarea separată a deșeurilor).

Primii pași

1. Intrați pe **datawrapper.de** și creați un cont gratuit.
2. Alegeți ce faceți: grafic („Chart”), hartă („Map”) sau tabel („Table”).
3. Copiați datele din Google Sheets (cu tot cu rândul de titluri) și lipiți-le în primul pas. Datawrapper le recunoaște singur.
4. Verificați în pasul următor că cifrele sunt recunoscute ca numere (coloanele numerice apar colorate diferit).
5. Alegeți tipul de grafic. Pentru comparații între sate sau opțiuni, barele orizontale sunt de obicei cele mai ușor de citit.
6. Scrieți titlul, o frază de descriere și sursa datelor (de exemplu „Sondajul asociației, martie 2026”). Titlul să spună concluzia, de exemplu „Tinerii vor mai ales un loc de sport”.
7. Publicați graficul și descărcați-l ca imagine PNG pentru raport sau pentru rețelele sociale.

Tutoriale

- **Datawrapper Academy** (academy.datawrapper.de): ghiduri pentru fiecare tip de grafic și sfaturi despre alegerea graficului potrivit (în engleză).

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Graficele publicate din contul gratuit sunt publice pentru cine are linkul. Puneți în ele doar totaluri, niciodată date despre persoane.
- Când răspunsurile sunt puține, scrieți numărul lor lângă grafic (de exemplu „din 37 de răspunsuri”). Procentele fără acest număr pot induce în eroare.
- Nu folosiți grafice circulare cu multe felii. Peste 4-5 categorii, barele se citesc mult mai ușor.
- Planul gratuit lasă mențiunea „Created with Datawrapper” sub grafic. E normal și nu vă încurcă în raport.

Vezi și

- **Google Sheets** (p. 50), **Data Studio** (p. 79), **Sondajul în comunitate** (p. 70), **Raportul de activitate** (p. 40), **Canva** (p. 18)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Data Studio (fostul Looker Studio)

Un panou online cu cifrele principale ale asociației, care se actualizează singur din tabelul Google Sheets.

Cost	Gratuit (există și o versiune plătită pentru companii, de care o asociație mică nu are nevoie).
Pe ce merge	Web
Interfață în română	Parțial
Adresa	datastudio.google.com

Pe scurt

Data Studio este instrumentul Google pentru rapoarte și panouri de date (în engleză „dashboard”). Până recent s-a numit Looker Studio și, înainte de asta, tot Data Studio, așa că veți găsi tutoriale cu ambele nume. Îl legați de un tabel Google Sheets și construiți o pagină cu cifre și grafice care se actualizează când se schimbă tabelul. Merită când aveți date care se adună constant, de exemplu înscrieri pe parcursul unui proiect de un an.

La ce îi folosește unei asociații

- Un panou al proiectului, cu numărul de participanți pe lună, pe sat și pe gen, pe care îl trimiteți finanțatorului ca link.
- Urmărirea indicatorilor din cadrul logic fără să refaceți graficele la fiecare raport.
- O pagină pentru adunarea generală, cu activitățile anului în cifre.
- Rezultatele unui sondaj lung, filtrabile după sat sau vârstă.

Primii pași

1. Pregătiți datele în **Google Sheets** (p. 50): primul rând cu titlurile coloanelor, un rând pentru fiecare înregistrare, fără celule îmbinate.
2. Intrați pe **datastudio.google.com** cu același cont Google și creați un raport gol.
3. Când vi se cere sursa de date, alegeți conectorul Google Sheets, apoi foaia și fila cu datele voastre.
4. Adăugați un „scorecard” (o casetă cu o singură cifră, de exemplu totalul participanților), apoi un grafic cu bare pe sate.
5. Adăugați un filtru (de exemplu pe lună), ca cine citește să poată alege perioada.
6. Dați raportului un titlu clar și distribuiți-l ca link, cu drept de vizualizare.

Tutoriale

- **Documentația Data Studio** (docs.cloud.google.com/data-studio): ghidul oficial (în engleză), cu pași pentru conectarea datelor și construirea rapoartelor.

- **Prezentarea Data Studio** (datastudio.google.com/overview): galerie de exemple și tipurile de vizualizări disponibile.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Pentru un singur grafic, într-un singur raport, nu aveți nevoie de Data Studio. Un grafic din Google Sheets sau din **Datawrapper** (p. 77) e mai rapid.
- Cine are linkul la raport vede tot ce ați pus în el. Nu afișați nume, telefoane sau alte date personale; arătați doar totaluri.
- Dacă schimbați numele coloanelor în tabel după ce ați făcut raportul, graficele se pot strica. Stabiliți coloanele de la început.
- Documentația oficială este în engleză. Rezervați-vă o oră liniștită pentru primul raport.

Vezi și

- **Google Sheets** (p. 50), **Datawrapper** (p. 77), **Raportul de activitate** (p. 40), **Date și feedback** (p. 67)

CAPITOLUL 5

AI în munca asociației

Cum vă ajută un asistent AI la texte, rezumate și idei, dacă verificați ce primiți și nu îi dați datele oamenilor.

La sesiunile programului ați văzut că un model de limbaj scrie fluent, dar poate greși cu toată încrederea, tinde să vă dea dreptate și răspunde diferit la aceeași întrebare. Asta nu îl face inutil. Pentru o asociație în care toată munca o duc doi-trei oameni, un asistent AI scurtează mult prima variantă a unei postări, rezumatul unui ghid de finanțare sau lista de întrebări pentru un sondaj. Zona asta arată cum să-l folosiți ca pe un ajutor care face ciorna, în timp ce decizia și verificarea rămân la voi.

Trei reguli înainte de orice

1. **Nu introduceți date personale ale beneficiarilor:** nume, telefoane, adrese, diagnostice, situația unei familii. Ce scrieți într-un asistent AI poate fi păstrat și citit de alții. Înlocuiți numele cu „Persoana A” sau scrieți situația la general.
2. **Verificați orice cifră, dată, nume, lege sau citat** înainte să le publicați. Un răspuns sigur pe el nu e neapărat corect.
3. **Spuneți deschis când o imagine e generată cu AI.** O frază în postare („Imagine generată cu AI”) păstrează încrederea oamenilor în tot ce publicați.

Instrumente

- **ChatGPT** (p. 90): asistentul cel mai cunoscut, bun pentru ciorne de texte, idei și reformulări.
- **Gemini** (p. 92): asistentul Google, la îndemână dacă asociația lucrează deja cu Gmail și Google Drive.
- **Claude** (p. 94): potrivit pentru texte mai lungi și pentru documente pe care le încărcați în conversație.
- **Gemini Notebook (fostul NotebookLM)** (p. 96): răspunde din documentele pe care i le dați voi și arată pasajul din care a luat informația.
- **Perplexity** (p. 98): caută pe internet și vă dă un răspuns cu sursele afișate, util când verificați ceva.
- **Biblioteca de prompturi** (p. 111): instrucțiuni gata de copiat, grupate pe nevoile asociației.

Cum să faceți

- **Textul unei postări scris cu ajutorul AI** (p. 16)
- **Rezumatul unui document lung, cu trimiteri la text** (p. 83)
- **Cum verificați un răspuns primit de la AI** (p. 85)
- **Recunoașteți dezinformarea și imaginile false** (p. 87)

Primul pas de azi

Scrieți în trei fraze ce face asociația voastră și dați-le unui asistent AI cu rugămintea: „Scrieți o prezentare de un paragraf a acestei asociații.” Citiți apoi rezultatul cu un pix în mână și subliniați tot ce a adăugat de la el și nu e adevărat: un an de înființare, un proiect, o cifră. Veți vedea pe un text despre voi de ce orice răspuns trebuie citit cu atenție.

CUM SĂ FACEȚI

Rezumatul unui document lung, cu trimiteri la text

Cum aflați în jumătate de oră ce cere un ghid de finanțare de zeci de pagini, cu fiecare răspuns legat de pagina din care vine.

Durata: 30 de minute

Nivel: Începător

Cu: Gemini Notebook, Claude

Situația

A fost lansat un apel de granturi mici pentru inițiative locale, iar ghidul solicitantului e un PDF lung, cu anexe. Consiliul asociației se adună joi seara și trebuie să decidă dacă merită să aplice. Nimeni nu are timp să citească tot ghidul până atunci, dar toată lumea vrea să știe cine poate aplica, până când, pentru ce activități și ce acte trebuie strânse.

De ce aveți nevoie

- Ghidul în format PDF sau linkul către pagina apelului.
- Un cont Google pentru **Gemini Notebook** (p. 96) sau, ca alternativă, un cont **Claude** (p. 94).
- Lista întrebărilor la care consiliul vrea răspuns.
- Un document gol în care adunați răspunsurile pentru ședință.

Pașii

1. Descărcați ghidul de pe site-ul oficial al finanțatorului, ca să lucrați pe varianta corectă și actuală.
2. Deschideți notebook.google.com, creați un caiet nou și numiți-l după apel.
3. Adăugați ghidul ca sursă. Dacă anexele sunt fișiere separate, adăugați-le și pe ele.
4. Cereți întâi un rezumat general cu promptul de mai jos.
5. Puneți apoi întrebările consiliului, câte una: eligibilitatea, termenul limită, activitățile eligibile, cheltuielile neeligibile, documentele cerute, criteriile de evaluare.
6. La fiecare răspuns, apăsați pe numărul de trimitere și citiți fragmentul din ghid. Mai ales la termen și la condițiile de eligibilitate.
7. Întrebați și ce nu e clar: „Ce condiții din ghid ar putea exclude o asociație mică, înființată acum doi ani, dintr-un sat?”
8. Copiați răspunsurile verificate în documentul pentru ședință, cu pagina din ghid lângă fiecare.
9. Lângă orice răspuns neclar, scrieți întrebarea pe care o trimiteți finanțatorului. Cele mai multe apeluri au o adresă de contact pentru întrebări.

Cu AI

Promptul pentru rezumatul de la pasul 4:

Pe baza ghidului încărcat, faceți un rezumat pentru consiliul unei asociații obștești mici dintr-un sat din Republica Moldova.
 Structura: 1) cine poate aplica, 2) termenul limită și modul de depunere, 3) ce activități se finanțează, 4) ce nu se finanțează, 5) ce documente trebuie depuse, 6) cum se evaluează cererile.
 La fiecare punct, indicați pagina sau secțiunea din ghid.
 La final, scrieți separat orice condiție care ar putea fi o problemă pentru o asociație mică, fără personal angajat.
 Dacă o informație nu apare în ghid, scrieți „nu apare în ghid”.

Verificați înainte să trimiteți rezumatul

- ☐ Termenul limită și ora de depunere sunt verificate în ghid, pe pagina indicată.
- ☐ Condițiile de eligibilitate sunt citite în original, cu tot cu excepții.
- ☐ Ghidul folosit e ultima versiune de pe site-ul finanțatorului.
- ☐ Ce nu apare în ghid e marcat ca întrebare pentru finanțator.
- ☐ În caiet nu ați încărcat documente cu date personale.

Mergeți mai departe

- **Cum căutați finanțare** (p. 37)
- **Arborele problemei** (p. 31) și **Cadrul logic** (p. 34), dacă decideți să aplicați
- **FundsforNGOs** (p. 46) și **Portalul UE de finanțări** (p. 48)
- **Proiecte și finanțare** (p. 30)

CUM SĂ FACEȚI

Cum verificați un răspuns primit de la AI

O metodă scurtă prin care deosebiți ce e sigur de ce e doar spus cu încredere într-un răspuns al unui asistent AI.

Durata: 15 minute

Nivel: Începător

Cu: Perplexity, ChatGPT, Gemini

Situația

Asociația vrea să organizeze în mai un târg de caritate în centrul satului, cu produse făcute de buni, iar banii strânși merg la reparația terenului de sport. Președintele a întrebat un asistent AI ce acte trebuie și a primit un răspuns sigur pe el, cu numărul unei legi, un termen de depunere și numele unei autorizații. Înainte să meargă la primărie cu lista asta, asociația vrea să știe ce e adevărat.

De ce aveți nevoie

- Răspunsul primit, copiat într-o notiță.
- Un al doilea instrument: alt asistent AI sau **Perplexity** (p. 98), care arată sursele.
- Site-urile oficiale: **gov.md** pentru instituțiile statului, **legis.md** pentru textul legilor, pagina primăriei.
- Un sfert de oră și, la final, un telefon la primărie.

Pașii

1. Marcați în răspuns tot ce se poate verifica: cifre, date, termene, numere de legi, nume de instituții și de documente, citate.
2. Puneți aceeași întrebare din nou, într-o conversație nouă, apoi în alt asistent. Dacă răspunsurile diferă la un punct, acel punct e nesigur.
3. Cereți surse: „Pe ce vă bazați? Dați-mi documentul sau instituția pentru fiecare afirmație.” Dacă asistentul nu are o sursă clară, tratați afirmația ca pe o presupunere.
4. Deschideți fiecare sursă. Verificați că pagina există, că e din Republica Moldova (multe răspunsuri amestecă legislația din România) și că spune exact ce scrie în răspuns.
5. Căutați legea pe legis.md după număr și an și uitați-vă dacă e în vigoare. Un număr de lege inventat sau abrogat e o greșală frecventă.
6. Nu întrebați „E corect, nu?”. Asistentul tinde să vă dea dreptate. Întrebați „Ce ar putea fi greșit sau depășit în acest răspuns?”.
7. Pentru tot ce ține de autorizații și termene locale, sunați sau mergeți la primărie. Instituția care dă actul e sursa finală.
8. Notați lângă fiecare afirmație „verificat” cu sursa, sau „nesigur”. Publicați sau folosiți doar ce e verificat.

Cu AI

Folosiți asistentul ca să vă facă lista de verificat, fără să-i cereți să se verifice singur:

Mai jos e un răspuns pe care l-am primit de la un asistent AI. Nu-l rescrieți. Faceți un tabel cu toate afirmațiile care pot fi verificate (cifre, date, termene, legi, instituții, documente).

Coloanele: afirmația, unde se poate verifica în Republica Moldova (ce instituție sau ce tip de document), cât de probabil e să fie greșită sau depășită și de ce.

Răspunsul:

[lipiți răspunsul]

Verificați înainte să publicați

- ☐ Fiecare cifră, dată și termen are lângă el o sursă pe care ați deschis-o.
- ☐ Legile citate există, sunt din Republica Moldova și sunt în vigoare.
- ☐ Ce ține de o instituție locală a fost confirmat cu instituția.
- ☐ Ce a rămas nesigur fie a fost scos, fie e spus deschis („încă verificăm”).
- ☐ Textul final nu conține fraze copiate din răspunsul AI pe care nu le-ați verificat.

Mergeți mai departe

- **Perplexity** (p. 98), pentru căutări cu sursele la vedere
- **Gemini Notebook** (p. 96), când aveți deja documentul oficial
- **Recunoașteți dezinformarea și imaginile false** (p. 87)
- **Biblioteca de prompturi** (p. 111), secțiunea Verificare

CUM SĂ FACEȚI

Recunoașteți dezinformarea și imaginile false

Câțiva pași prin care verificați un mesaj sau o imagine înainte să le dați mai departe, și cum vorbiți despre asta în comunitate.

Durata: 30 de minute

Nivel: Începător

Cu: Google Lens, StopFals, Bad News

Situația

În grupul de Viber al satului circulă un mesaj care spune că „de luna viitoare” pensionarii care nu depun o cerere nouă rămân fără pensie. Mesajul are poza unui „document oficial” și o imagine cu o coadă uriașă de bătrâni la poștă. Câteva bunici de la clubul de seniori al asociației sună îngrijorate. Asociația vrea să afle repede ce e adevărat și să le răspundă calm.

De ce aveți nevoie

- Mesajul și imaginea, salvate pe telefon.
- Acces la site-urile oficiale: **gov.md** și site-ul instituției despre care vorbește mesajul.
- **Google Lens** (lens.google) pentru căutarea după imagine (pe Android e de obicei deja în aplicația Google).
- Un sfert de oră de răbdare înainte să răspundeți în grup.

Pașii

1. **Opriți-vă.** Un mesaj care sperie, înfurie sau grăbește („distribuiți urgent!”) e făcut să fie dat mai departe fără gândire. Emoția puternică e primul semnal.
2. **Căutați sursa.** Cine spune asta? Mesajul numește o instituție, o dată, un document cu număr? Un „document oficial” fără sursă clară nu dovedește nimic.
3. **Mergeți la sursa oficială.** Căutați anunțul pe site-ul instituției despre care e vorba și pe gov.md. O schimbare care privește toți pensionarii ar apărea acolo și în presa de încredere.
4. **Verificați imaginea.** Deschideți Google Lens, încărcați poza și uitați-vă unde a mai apărut. Adesea e o poză veche, din altă țară sau din alt context.
5. **Gândiți-vă dacă e generată cu AI.** Uitați-vă la mâini, la textul de pe pancarte și firme, la fețele din fundal. Imaginile AI devin însă tot mai bune, iar lipsa acestor semne nu dovedește că poza e reală. Sursa contează mai mult decât aspectul.
6. **Căutați verificări deja făcute.** Proiectul **StopFals** (stopfals.md) demontează falsuri care circulă în Republica Moldova. Puteți căuta și în **Google Fact Check Explorer** (toolbox.google.com/factcheck/explorer), unde apar verificările publicate de redacții din mai multe țări.
7. **Răspundeți calm în grup,** cu linkul oficial: „Am verificat pe site-ul instituției, nu există o asemenea decizie. Aici e pagina lor.” Fără ironii la adresa celui care a trimis mesajul, a făcut-o din grijă.
8. **Nu redistribuiți falsul,** nici ca să-l ironizați. Fiecare distribuie îl duce la oameni noi.

Cu AI

Un asistent AI nu știe dacă o știre de azi e adevărată, dar vă poate arăta tehnicile de manipulare dintr-un mesaj. Ștergeți întâi orice nume sau număr de telefon:

Mai jos e un mesaj care circulă într-un grup de mesagerie din Republica Moldova. Nu-mi spuneți dacă e adevărat. Arătați-mi ce tehnici de manipulare folosește (frică, urgență, autoritate falsă, lipsa sursei, detalii vagi) și ce ar trebui să verific, pe surse oficiale, înainte să-l cred. Apoi scrieți un răspuns calm, de trei-patru fraze, pe care să-l pot trimite în grup după ce am verificat.

Mesajul:

[lipiți mesajul, fără date personale]

Exersați înainte să fie nevoie

- **Bad News** (getbadnews.com/ro) este un joc gratuit, disponibil și în română, în care jucați rolul celui care creează știri false. În vreo cincisprezece minute vedeți din interior tehnicile pe care le folosesc, iar după aceea le recunoașteți mai ușor. E potrivit pentru o seară la clubul de tineret.
- **Somekone** (somekone.gen-ai.fi/start), simularea de la sesiunea programului, arată cum un algoritm de rețea de socializare învață din ce vă oprește atenția și vă dă tot mai mult din același fel de conținut. Așa ajunge un fals să vă apară de mai multe ori.

Când voi publicați imagini făcute cu AI

Dacă asociația folosește o imagine generată cu AI pentru un afiș sau o postare, scrieți asta în text: „Imagine generată cu AI”. Nu folosiți imagini AI care par fotografii de la evenimentele voastre și nu creați imagini cu persoane reale. Încrederea comunității se pierde ușor și se câștigă greu.

Verificați înainte să distribuiți

- ☐ Știți cine a publicat prima dată informația.
- ☐ Ați găsit-o pe un site oficial sau în cel puțin două surse de încredere, independente una de alta.
- ☐ Ați verificat de unde vine imaginea.
- ☐ Ați căutat dacă falsul a fost deja demontat de StopFals sau de alți verificatori.
- ☐ Răspunsul vostru în grup are linkul oficial și un ton calm.
- ☐ Imaginile AI publicate de asociație sunt marcate ca atare.

Mergeți mai departe

- **Cum verificați un răspuns primit de la AI** (p. 85)

- Protejați conturile asociației într-o seară (p. 102)
- Siguranță online (p. 100), AI în munca asociației (p. 81)

FIȘA INSTRUMENTULUI

ChatGPT

Asistentul AI de conversație de la OpenAI, pentru ciorne de texte, idei, reformulări și explicații, pe web sau pe telefon.

Cost	Are plan gratuit; planurile plătite dau mai multă utilizare și funcții în plus.
Pe ce merge	Web, Android, iOS, Windows, macOS
Interfață în română	Parțial: înțelege și răspunde în română
Adresa	chatgpt.com

Pe scurt

ChatGPT este un asistent AI cu care discutați în scris, ca într-o conversație. Îi cereți un text, o listă de idei sau o explicație, iar el vă dă o primă variantă pe care o corectați împreună. E potrivit pentru oricine din asociație scrie des și are puțin timp, cu condiția să verifice ce primește.

La ce îi folosește unei asociații

- Prima variantă a unei postări, a unui anunț sau a unui mesaj pentru voluntari.
- Reformularea unui text oficial în cuvinte simple, pentru părinți sau pentru vârstnici.
- Idei de activități pentru un club de tineret sau pentru o zi a satului.
- Structura unui raport de activitate sau a unei cereri de finanțare, pe care o completați voi cu fapte.
- Întrebările pentru un sondaj în comunitate, formulate neutru.

Primii pași

1. Intrați pe chatgpt.com sau instalați aplicația oficială „ChatGPT” de la OpenAI. În magazinul de aplicații există și imitații, verificați numele dezvoltatorului.
2. Creați un cont cu o adresă de e-mail sau cu contul Google.
3. Deschideți setările și uitați-vă la secțiunea despre date („Data controls”). Acolo decideți dacă vreți ca discuțiile voastre să fie folosite la îmbunătățirea modelului.
4. Tot în setări, la personalizare, puteți scrie o dată câteva rânduri despre asociație și despre tonul vostru, ca să nu le repetați în fiecare conversație.
5. Scrieți prima cerere. Porniți de la un model din **Biblioteca de prompturi** (p. 111) și înlocuiți ce e între paranteze pătrate.
6. Continuați conversația: „mai scurt”, „mai cald”, „fără emoji”. Apoi copiați textul, citiți-l cu voce tare și corectați ce nu sună a voi.

Tutoriale

- **Centrul de ajutor OpenAI** (help.openai.com): răspunsuri despre cont, setări, date și aplicații, în engleză.
- **OpenAI Academy** (academy.openai.com): ghiduri și cursuri scurte despre folosirea ChatGPT, în engleză.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Nu introduceți date personale ale beneficiarilor sau informații interne sensibile. Pentru discuții pe care nu vreți să le păstrați în istoric, există „Chat temporar” (Temporary Chat).
- ChatGPT poate inventa cifre, legi, nume și surse, spuse pe un ton foarte sigur. Verificați-le, vedeți **Cum verificați un răspuns primit de la AI** (p. 85).
- Tinde să fie de acord cu voi. Dacă vreți o părere sinceră, cereți-i explicit punctele slabe.
- Condițiile OpenAI cer vârsta de cel puțin 13 ani, iar sub 18 ani acordul unui părinte. Țineți cont de asta în activitățile cu copii și adolescenți.
- Fiecare membru să lucreze în contul lui. Un cont comun cu parola știută de cinci oameni e greu de protejat.
- Dacă generați o imagine cu AI pentru o postare, scrieți în text că e generată cu AI.

Vezi și

- **Textul unei postări scris cu ajutorul AI** (p. 16), **Gemini** (p. 92), **Claude** (p. 94), **AI în munca asociației** (p. 81)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Gemini

Asistentul AI de la Google, pentru texte, idei și explicații, legat de contul Google al asociației.

Cost	Gratuit cu un cont Google; există și planuri plătite, cu funcții în plus.
Pe ce merge	Web, Android, iOS
Interfață în română	Da
Adresa	gemini.google.com

Pe scurt

Gemini este asistentul AI al Google. Funcționează cu același cont Google pe care îl folosiți pentru Gmail și Drive, așa că nu vă trebuie un cont nou. E o alegere comodă pentru asociațiile care lucrează deja cu instrumentele Google.

La ce îi folosește unei asociații

- Ciorna unei postări, a unei invitații sau a unei scrisori către primărie.
- Explicarea în cuvinte simple a unui regulament sau a unui termen din ghidul unui finanțator.
- O listă de idei pentru o activitate cu tinerii sau cu vârstnicii.
- O imagine ilustrativă pentru o postare, marcată clar ca fiind generată cu AI.
- Pe telefoanele Android, un asistent la îndemână, pe care îl întrebați și cu vocea.

Primii pași

1. Intrați pe gemini.google.com sau instalați aplicația Google Gemini pe telefon.
2. Conectați-vă cu contul Google. Dacă asociația are un cont Google comun, hotărâți împreună cine îl folosește și pentru ce.
3. Deschideți setările de activitate din Gemini (în engleză „Keep Activity”). Acolo vedeți și ștergeți istoricul și decideți dacă discuțiile pot fi folosite la îmbunătățirea serviciilor Google.
4. Scrieți prima cerere în română. Porniți de la un model din **Biblioteca de prompturi** (p. 111).
5. Cereți ajustări în aceeași conversație, apoi copiați textul și corectați-l voi.
6. Dacă vreți răspunsuri doar din documentele voastre, folosiți **Gemini Notebook** (p. 96).

Tutoriale

- **Centrul de ajutor Gemini** (support.google.com/gemini): cum începeți, ce poate face și cum vă gestionați setările.
- **Confidențialitatea în aplicațiile Gemini** (support.google.com/gemini/answer/13594961): ce date se păstrează și cine le poate vedea, în engleză.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Google scrie explicit că o parte din conversații pot fi citite de evaluatori umani și le cere utilizatorilor să nu introducă informații confidențiale. Nu scrieți date personale ale beneficiarilor.
- Gemini poate greși cu toată încrederea și poate da răspunsuri diferite la aceeași întrebare. Verificați cifrele, datele și legile.
- Imaginile create cu Gemini au un marcaj digital invizibil (SynthID), pe care oamenii nu îl văd în postare. Scrieți voi în text „Imagine generată cu AI”.
- Vârsta minimă și funcțiile disponibile pot diferi pentru copii și adolescenți. Verificați condițiile Google înainte să-l folosiți într-un club de tineret.

Vezi și

- **Gemini Notebook** (p. 96), **ChatGPT** (p. 90), **Google Docs** (p. 42), **Textul unei postări scris cu ajutorul AI** (p. 16)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Claude

Asistentul AI de la Anthropic, bun la texte lungi și la documente încărcate în conversație.

Cost	Are plan gratuit, cu limită de utilizare; există planuri plătite.
Pe ce merge	Web, Android, iOS, Windows, macOS
Interfață în română	Parțial: înțelege și răspunde în română
Adresa	claude.ai

Pe scurt

Claude este un asistent AI de conversație, făcut de compania Anthropic. Îi puteți da un document întreg (un PDF, un text lung) și lucrați apoi pe el: rezumat, întrebări, o variantă mai clară. E util celor care scriu cereri de finanțare, rapoarte sau regulamente interne. Contul cere vârsta de cel puțin 18 ani.

La ce îi folosește unei asociații

- Rezumatul unui ghid de finanțare sau al unui regulament, încărcat ca PDF.
- O variantă mai clară a unei secțiuni dintr-o cerere de finanțare, scrisă de voi.
- Recitirea critică a unui text: ce nu e clar, ce lipsește, ce ar întreba un evaluator.
- Ciorna unui regulament intern sau a unei fișe pentru voluntari, pe care o discutați apoi în ședință.

Primii pași

1. Intrați pe claude.ai sau instalați aplicația oficială „Claude” de la Anthropic.
2. Creați un cont cu o adresă de e-mail sau cu contul Google.
3. La înregistrare vi se cere să alegeți dacă discuțiile pot fi folosite la antrenarea modelelor. Alegerea se poate schimba oricând din setări, la secțiunea de confidențialitate (Privacy).
4. Scrieți prima cerere în română. Pentru un document, apăsați pe butonul de atașare și încărcați fișierul.
5. Cereți întâi un rezumat, apoi puneți întrebări precise: „Care e termenul limită?”, „Cine poate aplica?”.
6. Verificați răspunsurile importante în documentul original, la pagina potrivită.

Tutoriale

- **Centrul de ajutor Claude** (support.claude.com): cont, setări, limite de utilizare și confidențialitate, în engleză.
- **Claude Academy** (anthropic.com/learn): ghiduri și cursuri despre folosirea lui Claude, în engleză.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Nu încărcați documente cu date personale: liste de beneficiari, cereri cu nume și adrese, dosare. Ghidurile publice de finanțare sau statutul asociației se pot folosi fără grijă.
- Planul gratuit are o limită de utilizare. Când o atingeți, așteptați până se reînnoiește limita sau continuați în alt instrument.
- Și Claude poate greși sau poate înțelege greșit un document lung. Verificați cifrele și termenele în original.
- Contul e doar pentru persoane de cel puțin 18 ani, deci nu e potrivit pentru activități cu copii și adolescenți.

Vezi și

- **Rezumatul unui document lung, cu trimiteri la text** (p. 83), **Gemini Notebook** (p. 96), **ChatGPT** (p. 90), **Biblioteca de prompturi** (p. 111)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Gemini Notebook (fostul NotebookLM)

Un caiet AI de la Google care răspunde din documentele încărcate de voi și arată pasajul din care a luat fiecare informație.

Cost	Gratuit cu un cont Google, cu limite de utilizare; există și plan plătit.
Pe ce merge	Web, Android, iOS
Interfață în română	Parțial: răspunsurile pot fi în română, limba se alege din setări
Adresa	notebook.google.com

Pe scurt

Gemini Notebook este instrumentul Google cunoscut până de curând ca NotebookLM. Creați un „caiet” (notebook), încărcăți în el documentele voastre, iar asistentul răspunde pe baza lor, cu trimiteri pe care le puteți apăsa ca să vedeți fragmentul exact. E cea mai sigură cale de a lucra cu AI pe un ghid de finanțare, un regulament sau rapoartele voastre vechi.

La ce îi folosește unei asociații

- Ghidul unui apel de finanțare: „Cine poate aplica?”, „Care e termenul limită?”, „Ce documente trebuie anexate?”, cu trimitere la pagina din ghid.
- Statutul asociației și regulamentul intern, ca să găsiți repede ce scrie despre adunarea generală sau despre membri.
- Rapoartele din anii trecuți, din care scoateți o listă cu tot ce a făcut asociația, pentru o cerere nouă.
- O hartă mentală, o prezentare sau un set de întrebări de verificare pentru voluntari noi, făcute din materialele voastre.
- Un rezumat audio al documentelor, pe care îl ascultați pe drum. Verificați dacă e disponibil în limba de care aveți nevoie.

Primii pași

1. Intrați pe notebook.google.com și conectați-vă cu contul Google. Există și aplicație pentru telefon, dar unele funcții merg doar pe calculator.
2. Creați un caiet nou și dați-i un nume clar, de exemplu „Apel granturi mici [anul]”.
3. Adăugați sursele: PDF-uri, documente Google, documente Word, linkuri de pagini web, text copiat. Puteți bifa doar sursele pe care vreți să le folosească la o întrebare.
4. Din setări, alegeți limba în care vreți să primiți răspunsurile.
5. Puneți prima întrebare în chat. Apăsați pe numerele de trimitere din răspuns ca să vedeți pasajul din document.
6. Salvați răspunsurile bune ca notițe, ca să le găsiți data viitoare.
7. Dacă e nevoie, partajați caietul cu colegii din asociație.

Tutoriale

- **Centrul de ajutor Gemini Notebook** (support.google.com/gemininotebook): surse acceptate, chat, rezumate audio, prezentări, limite, în engleză.
- **Despre Gemini Notebook** (support.google.com/gemininotebook/answer/16164461): ce poate face și în ce țări e disponibil (Republica Moldova e pe listă).

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Google precizează că documentele din caiet nu sunt folosite direct la antrenarea modelelor, cu excepția cazului în care trimiteți feedback (butoanele cu degetul în sus sau în jos). Chiar și așa, nu încărcați liste de beneficiari sau dosare cu date personale.
- Răspunsul se bazează pe documente, dar poate rezuma greșit sau poate scăpa o excepție. Deschideți trimiterea și citiți fragmentul, mai ales la termene, sume cerute și condiții de eligibilitate.
- Încărcați doar documente pe care aveți dreptul să le folosiți: ghiduri publice, documentele asociației, rapoartele voastre.
- Instrumentul se cheamă acum Gemini Notebook. Dacă un tutorial vechi vorbește despre NotebookLM, e vorba de același lucru.

Vezi și

- **Rezumatul unui document lung, cu trimiteri la text** (p. 83), **Cum căutați finanțare** (p. 37), **Gemini** (p. 92), **Claude** (p. 94)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Perplexity

Un motor de căutare cu AI care răspunde la întrebări pe baza paginilor găsite pe internet și vă arată sursele.

Cost	Are plan gratuit; există și plan plătit.
Pe ce merge	Web, Android, iOS
Interfață în română	Parțial: înțelege și răspunde în română
Adresa	perplexity.ai

Pe scurt

Perplexity seamănă cu un motor de căutare care vă scrie răspunsul. Puneți o întrebare, el caută pe internet și vă dă un rezumat cu linkuri numerotate către paginile folosite. E util când vreți să verificați o informație sau să găsiți repede de unde să începeți o căutare.

La ce îi folosește unei asociații

- Verificarea rapidă a unei afirmații primite de la alt asistent AI, cu sursele la vedere.
- Căutarea de apeluri de finanțare sau de programe pentru ONG-uri pe o temă anume, pe care le confirmați apoi pe site-ul oficial.
- Găsirea unor date publice (statistici, rapoarte) cu linkul către document, pentru argumentul unui proiect.
- Explicarea unui termen sau a unei proceduri, cu trimitere la paginile din care vine explicația.

Primii pași

1. Intrați pe perplexity.ai sau instalați aplicația oficială Perplexity. Puteți pune întrebări și fără cont, dar cu un cont vă păstrați istoricul.
2. Scrieți întrebarea în română, cât mai precis: „Ce programe de granturi pentru asociații obștești din Republica Moldova sunt deschise în [luna, anul]?”
3. Citiți răspunsul și uitați-vă la numerele mici de lângă fraze. Ele arată din ce sursă vine fiecare informație.
4. Deschideți sursele importante. Verificați că pagina există, că e actuală și că spune într-adevăr ce scrie în răspuns.
5. Puneți întrebări de continuare în aceeași conversație: „Care dintre acestea acceptă și asociații din mediul rural?”
6. În documentul asociației notați linkurile oficiale. Rezumatul se poate schimba data viitoare, sursa rămâne.

Tutoriale

- **Centrul de ajutor Perplexity** (perplexity.ai/help-center): cont, funcții și aplicații, în engleză.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Faptul că un răspuns are surse nu îl face automat corect. Sursa poate fi veche, slabă sau poate spune altceva decât rezumatul.
- Pentru Republica Moldova, informațiile pe internet sunt mai puține, iar Perplexity poate folosi surse din România sau din alte țări. Verificați că legea, programul sau instituția sunt din Moldova.
- Nu scrieți în întrebări date personale ale beneficiarilor.
- Pentru termene limită și condiții de finanțare, sursa finală e mereu site-ul sau ghidul oficial al finanțatorului.

Vezi și

- **Cum verificați un răspuns primit de la AI** (p. 85), **Cum căutați finanțare** (p. 37), **FundsforNGOs** (p. 46), **ChatGPT** (p. 90)

CAPITOLUL 6

Siguranță online

Conturi protejate, parole bune și datele oamenilor păstrate cu grijă, ca asociația să nu-și piardă pagina sau încrederea comunității.

Pentru o asociație mică, pagina de Facebook și adresa de e-mail sunt adesea toată prezența publică, construită în ani de muncă. Dacă un cont e spart, se pierde pagina, contactele și încrederea oamenilor, iar uneori din numele asociației pleacă mesaje care cer bani. Multe spargerii pornesc de la o parolă folosită pe mai multe site-uri sau de la un link înșelător primit pe mesagerie, și amândouă se pot preveni într-o seară de lucru.

Datele oamenilor cu care lucrați

Listele cu beneficiari, telefoanele părinților, pozele copiilor de la ateliere sunt date personale și sunt protejate de lege. Țineți-le într-un folder cu acces restrâns, nu le trimiteți în grupuri de mesagerie și nu le introduceți în asistenți AI. Informații oficiale găsiți la **Centrul Național pentru Protecția Datelor cu Caracter Personal** (datepersonale.md).

Instrumente

- **Autentificarea în doi pași** (p. 104): al doilea lacăt la e-mail și la Facebook, un cod de pe telefon cerut pe lângă parolă.
- **Bitwarden** (p. 106): un seif pentru toate parolele, cu generator de parole puternice și partajare sigură în locul mesajelor pe Viber.
- **Have I Been Pwned** (p. 108): aflați dacă adresa de e-mail a asociației a apărut într-o scurgere de date.
- **Google Drive** (p. 57): drepturi de acces pe foldere, ca listele cu beneficiari să nu fie deschise oricui primește un link.

Cum să faceți

- **Protejați conturile asociației într-o seară** (p. 102)
- **Recunoașteți dezinformarea și imaginile false** (p. 87)
- **Un Drive comun al asociației** (p. 53)

Primul pas de azi

Activați verificarea în doi pași pe adresa de e-mail principală a asociației, cea cu care e legată pagina de Facebook. Vă trebuie parola contului, telefonul la îndemână și un sfert de oră. Pașii exacti sunt pe pagina **Autentificarea în doi pași** (p. 104).

CUM SĂ FACEȚI

Protejați conturile asociației într-o seară

Inventarul conturilor, parole noi, verificarea în doi pași și reguli clare de acces, ca asociația să nu-și piardă e-mailul sau pagina de Facebook.

Durata: 2 ore

Nivel: Începător

Cu: Bitwarden, Autentificarea în doi pași, Have I Been Pwned

Situația

Pagina de Facebook a asociației are câțiva ani de postări și e administrată de fosta președintă, plecată între timp la muncă în străinătate, și de un voluntar. Parola de la e-mailul asociației o știu mai mulți oameni și e scrisă într-un caiet din dulap. Săptămâna trecută, pagina a primit un mesaj „de la Meta” care cerea confirmarea contului printr-un link, altfel pagina „va fi închisă”. Conducerea hotărăște să facă ordine într-o seară, împreună.

De ce aveți nevoie

- Două persoane din conducere, fiecare cu telefonul ei și cu acces la e-mailul asociației.
- Un calculator sau un telefon cu internet bun.
- O foaie de hârtie și un plic pentru codurile de rezervă.
- Conturi gratuite **Bitwarden** (p. 106) pentru cei doi.

Pașii

1. **Faceți lista conturilor**, fără parole: e-mailul asociației, pagina de Facebook, Instagram, contul Google, site-ul, orice alt serviciu. Lângă fiecare scrieți cine are acces azi și ce număr de telefon și ce e-mail de recuperare sunt setate.
2. **Verificați scurgerile de date**. Treceți adresa asociației și adresele administratorilor prin **Have I Been Pwned** (p. 108). Unde apar parole scăpate, acele conturi au prioritate.
3. **Schimbați parola e-mailului asociației** cu una nouă, lungă, făcută de generatorul din Bitwarden. Salvați-o în Bitwarden și partajați-o doar cu cealaltă persoană din conducere.
4. **Activați verificarea în doi pași pe e-mail**, cu o aplicație de coduri pe telefonul unei persoane care rămâne în asociație. Pașii sunt pe pagina **Autentificarea în doi pași** (p. 104).
5. **Actualizați datele de recuperare**: numărul de telefon și e-mailul de rezervă să fie ale unor oameni din conducerea actuală.
6. **Ordonați accesul la pagina de Facebook**. Din setările paginii, la secțiunea de acces, verificați cine are drepturi. Pagina să aibă cel puțin doi administratori activi, fiecare cu contul personal protejat prin verificare în doi pași. Retrageți accesul celor care nu mai lucrează cu asociația, după ce ați vorbit cu ei.
7. **Tipăriți sau scrieți codurile de rezervă** pentru e-mail și pentru conturile de Facebook ale administratorilor. Puneți-le în plic, în locul unde asociația își ține ștampila și actele.
8. **Distrugeți paginile cu parole din caiet** după ce totul e în Bitwarden și ați verificat că vă puteți conecta.

9. **Scrieți o regulă scurtă** de acces, cu promptul de mai jos, și aprobați-o la următoarea ședință.

Cu AI

Un asistent AI vă poate ajuta cu textul regulii interne. Nu scrieți în el parole, adrese de e-mail sau nume:

Scrieți o regulă internă scurtă, de maximum o pagină, pentru o asociație obștească mică, despre accesul la conturile online ale asociației (e-mail, Facebook, Instagram, site).

Includeți: cine poate avea acces și cine decide, minimum doi administratori, verificarea în doi pași obligatorie, unde se țin parolele și codurile de rezervă, ce se întâmplă când cineva pleacă din asociație, cum reacționăm la un mesaj suspect sau la un cont spart.

Limbaj simplu, fără termeni juridici, sub formă de listă numerotată.

Mesajele „de la Meta” sau „de la Facebook”

Mesajele care spun că pagina va fi închisă, că ați încălcat drepturi de autor sau că trebuie să vă „verificați” contul printr-un link sunt de obicei încercări de a vă fura contul. Nu apăsați pe link. Verificați notificările direct din aplicația Facebook sau din **Centrul de conturi** (accountscenter.facebook.com/password_and_security). Dacă un cont a fost deja spart, porniți de la facebook.com/hacked.

Verificați la final

- ☐ Aveți lista conturilor asociației, cu cine are acces la fiecare.
- ☐ E-mailul asociației are parolă nouă și verificare în doi pași.
- ☐ Datele de recuperare (telefon, e-mail) sunt ale unor oameni din conducerea actuală.
- ☐ Pagina de Facebook are cel puțin doi administratori activi, cu conturi protejate.
- ☐ Codurile de rezervă sunt pe hârtie, într-un loc sigur, cunoscut de două persoane.
- ☐ Nicio parolă nu mai circulă în grupuri de Viber, WhatsApp sau Messenger.
- ☐ Regula de acces e scrisă și pusă pe ordinea de zi a ședinței.

Mergeți mai departe

- **Un Drive comun al asociației** (p. 53), ca documentele să nu depindă de un singur cont personal
- **Recunoașteți dezinformarea și imaginile false** (p. 87)
- **Siguranță online** (p. 100)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Autentificarea în doi pași

Un al doilea pas la conectare, un cod de pe telefon sau o confirmare în aplicație, care vă apără contul chiar dacă cineva vă află parola.

Cost	Gratuit, inclus în conturile Google, Facebook, Instagram și în majoritatea serviciilor mari.
Pe ce merge	Google, Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram, Bitwarden și altele
Interfață în română	Da
Adresa	support.google.com/accounts/answer/185839

Pe scurt

Autentificarea în doi pași (la Google se numește „verificarea în doi pași”, la Meta, „autentificare în doi factori”) cere, pe lângă parolă, o a doua dovadă că sunteți voi: un cod generat de o aplicație, un SMS sau o confirmare pe telefon. Cine v-a furat parola nu poate intra fără telefonul vostru. Este cea mai importantă setare de siguranță pentru contul de e-mail și pentru pagina de Facebook a asociației.

La ce îi folosește unei asociații

- Protejează adresa de e-mail a asociației, de care depind de obicei toate celelalte conturi.
- Protejează conturile personale ale administratorilor paginii de Facebook, prin care s-ar putea ajunge la pagină.
- Face mult mai greu de folosit o parolă furată prin phishing, adică prin mesaje false care vă cer să vă „confirmați” parola pe un site imitat.
- Dacă primiți un cod sau o cerere de confirmare pe care nu ați cerut-o, aflați la timp că cineva vă știe parola și o puteți schimba.

Primii pași

1. Alegeți metoda. Cea mai sigură, dintre cele simple, e o aplicație de coduri pe telefon: Google Authenticator, Microsoft Authenticator sau Bitwarden Authenticator. SMS-ul e mai bun decât nimic.
2. **Pentru contul Google (Gmail):** intrați în contul Google, la secțiunea Securitate, deschideți „Verificarea în doi pași” și urmați pașii.
3. **Pentru Facebook și Instagram:** deschideți Centrul de conturi (Accounts Center), apoi secțiunea de parolă și securitate (Password and security) și autentificarea în doi factori (Two-factor authentication). Alegeți contul și metoda.
4. Scanați codul QR cu aplicația de coduri și introduceți codul de șase cifre pe care îl afișează, ca să confirmați.

5. Salvați codurile de rezervă (backup codes) pe care vi le oferă serviciul. Tipăriți-le sau scrieți-le pe hârtie și păstrați-le într-un loc sigur, separat de telefon.
6. Repetați la WhatsApp și Telegram, unde setarea se numește tot verificare în doi pași și vă cere un cod PIN sau o parolă suplimentară.

Tutoriale

- **Activarea verificării în doi pași la Google** (support.google.com/accounts/answer/185839): pașii oficiali pentru contul Google.
- **Cum funcționează autentificarea în doi factori pe Facebook** (facebook.com/help/148233965247823): pașii oficiali de la Meta.
- **Ajutor pentru Google Authenticator** (support.google.com/authenticator): instalarea aplicației și mutarea codurilor pe un telefon nou.
- **Mai multă siguranță pentru contul Google** (support.google.com/accounts/answer/46526): lista completă de verificări recomandate de Google.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Nu spuneți nimănui codul primit, nici prin telefon, nici în mesaje. Nicio firmă și niciun „suport Facebook” nu vă cere codul. Cine îl cere încearcă să vă fure contul.
- Înainte să schimbați telefonul, mutați aplicația de coduri pe cel nou. Altfel riscați să rămâneți fără acces.
- Pentru contul asociației, folosiți telefonul unei persoane de încredere care va rămâne în asociație, și țineți codurile de rezervă unde le mai găsește încă cineva din conducere.
- Dacă numărul de telefon din cont e al cuiva care a plecat, schimbați-l mai întâi cu un număr actual.

Vezi și

- **Protejați conturile asociației într-o seară** (p. 102), **Bitwarden** (p. 106), **Have I Been Pwned** (p. 108), **Siguranță online** (p. 100)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Bitwarden

Un manager de parole care ține toate parolele într-un seif criptat și le completează pentru voi, pe telefon și pe calculator.

Cost	Are plan gratuit pentru persoane; planurile pentru familii și echipe sunt plătite.
Pe ce merge	Web, Android, iOS, Windows, macOS, Linux, extensii pentru browser
Interfață în română	Parțial: aplicațiile au română, site-ul și ghidurile sunt în engleză
Adresa	bitwarden.com

Pe scurt

Bitwarden este un manager de parole, adică un seif digital pentru parole. Țineți minte o singură parolă principală, iar Bitwarden le păstrează criptat pe toate celelalte și le completează când vă conectați. Cu el puteți avea o parolă diferită și puternică pentru fiecare cont, fără să le notați într-un caiet.

La ce îi folosește unei asociații

- Fiecare membru din conducere își ține parolele în siguranță și nu mai folosește aceeași parolă peste tot.
- Generatorul creează parole lungi și greu de ghicit pentru e-mailul și pagina de Facebook a asociației.
- Contul gratuit permite partajarea cu încă o persoană, de exemplu între președinte și secretar, pentru parolele comune ale asociației.
- Prin funcția Send trimiteți o informație sensibilă printr-un link care expiră, în loc s-o scrieți pe Viber sau Messenger.

Primii pași

1. Intrați pe bitwarden.com și creați un cont gratuit cu adresa voastră de e-mail.
2. Alegeți parola principală (master password): o frază lungă din patru-cinci cuvinte fără legătură între ele, pe care o țineți minte. Nu o folosiți nicăieri altundeva.
3. Activați imediat autentificarea în doi pași pentru contul Bitwarden și păstrați codul de recuperare tipărit, într-un loc sigur.
4. Instalați aplicația pe telefon și extensia în browserul de pe calculator, de pe **pagina de descărcare** (bitwarden.com/download).
5. Adăugați întâi conturile cele mai importante: e-mailul, Facebook, banca.
6. La fiecare cont important, schimbați parola cu una creată de generator și salvați-o în Bitwarden.
7. Pentru parolele comune ale asociației, folosiți partajarea din Bitwarden în locul mesajelor.

Tutoriale

- **Centrul de ajutor Bitwarden** (bitwarden.com/help): ghiduri pas cu pas pentru cont, aplicații, partajare și Send, în engleză.
- **Bitwarden Authenticator** (bitwarden.com/help/bitwarden-authenticator): aplicația gratuită de coduri pentru autentificarea în doi pași.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Bitwarden nu vă poate recupera parola principală. Dacă o uitați, pierdeți accesul la seif. Alegeți o frază pe care chiar o țineți minte și păstrați codul de recuperare pentru autentificarea în doi pași.
- Descărcați aplicația doar din magazinele oficiale sau de pe bitwarden.com. Există aplicații care imită managerii de parole.
- Seiful e personal și nu se împrumută. Parolele asociației se partajează prin funcțiile Bitwarden.
- Când cineva pleacă din conducerea asociației, schimbați parolele comune la care a avut acces.

Vezi și

- **Autentificarea în doi pași** (p. 104), **Have I Been Pwned** (p. 108), **Protejați conturile asociației într-o seară** (p. 102), **Siguranță online** (p. 100)

FIȘA INSTRUMENTULUI

Have I Been Pwned

Un site unde verificați dacă o adresă de e-mail a apărut în scurgeri de date cunoscute, ca să știți ce parole trebuie schimbate.

Cost	Gratuit pentru verificarea unei adrese de e-mail.
Pe ce merge	Web
Interfață în română	Nu
Adresa	haveibeenpwned.com

Pe scurt

Când un site mare este spart, listele cu adresele de e-mail și uneori parolele utilizatorilor ajung publice. Have I Been Pwned (în engleză, aproximativ „Am fost compromis?”) adună aceste scurgeri cunoscute și vă spune dacă adresa voastră se află în ele. Interfața e în engleză, dar se folosește ușor: scrieți adresa și apăsați un buton.

La ce îi folosește unei asociații

- Aflați dacă adresa de e-mail a asociației a apărut în scurgeri de date și dacă e cazul să schimbați parolele.
- Verificați adresele personale ale celor care administrează pagina de Facebook a asociației.
- Vă abonați ca să primiți un e-mail dacă adresa apare într-o scurgere nouă.
- Un exercițiu bun la o ședință despre siguranță: fiecare își verifică adresa pe telefon.

Primii pași

1. Intrați pe haveibeenpwned.com. Verificați adresa din bara browserului, ca să nu fie un site imitat.
2. Scrieți adresa de e-mail în câmpul de căutare și apăsați butonul de verificare.
3. Citiți rezultatul. Dacă adresa apare, vedeți lista site-urilor sparte, data și ce fel de date au scăpat (adrese, parole, numere de telefon).
4. Dacă printre date sunt și parole, schimbați parola pe acel site și pe toate site-urile unde ați folosit aceeași parolă.
5. Activați **autentificarea în doi pași** (p. 104) pe contul de e-mail.
6. Folosiți opțiunea de notificare de pe site ca să fiți anunțați la scurgeri noi.

Tutoriale

- **Întrebări frecvente Have I Been Pwned** (haveibeenpwned.com/FAQs): de unde vin datele, ce înseamnă rezultatul și ce să faceți, în engleză.

Atenție

Ce să aveți în vedere

- Un rezultat pozitiv nu înseamnă că cineva e acum în contul vostru, ci că datele au ajuns publice. Faptul că adresa nu apare nu garantează că e în siguranță, site-ul cunoaște doar scurgerile descoperite.
- Pe acest site scrieți doar adresa de e-mail. Nu introduceți parola de la e-mail aici sau pe orice alt site care v-o cere ca să „verifice” contul.
- După o scurgere, fiți atenți la mesajele care par să vină de la serviciul spart. Ele sunt adesea folosite pentru phishing.
- Parolele noi țineți-le într-un manager de parole, cum ar fi **Bitwarden** (p. 106).

Vezi și

- **Protejați conturile asociației într-o seară** (p. 102), **Bitwarden** (p. 106), **Autentificarea în doi pași** (p. 104), **Siguranță online** (p. 100)



ANEXE

Pentru lucru

Prompturi gata de folosit, o autoevaluare de bifat și toate instrumentele pe scurt.

ANEXĂ

Biblioteca de prompturi

Instrucțiuni gata de copiat pentru asistenții AI, grupate pe nevoile unei asociații, plus cum scrieți voi un prompt bun.

Un **prompt** este instrucțiunea scrisă pe care o dați unui asistent AI, cum ar fi **ChatGPT** (p. 90), **Gemini** (p. 92) sau **Claude** (p. 94). Prompturile de mai jos sunt puncte de plecare. Copiați-le în asistent (din versiunea online merge cu un clic), înlocuiți tot ce e între paranteze pătrate [] cu informațiile voastre și apoi continuați conversația până textul sună a asociația voastră.

Înainte să lipiți ceva într-un asistent AI

- Nu introduceți nume, telefoane, adrese sau situații personale ale beneficiarilor. Scrieți „o familie cu trei copii” în loc de numele familiei.
- Ce primiți e o ciornă. Verificați cifrele, datele, numele și legile, apoi citiți textul cu voce tare înainte să-l publicați. Detalii în **Cum verificați un răspuns primit de la AI** (p. 85).

Cum scrieți un prompt bun

Un prompt bun răspunde la cinci întrebări. Nu trebuie să fie lung, trebuie să fie clar.

1. **Rol:** cine să fie asistentul. „Acționați ca responsabilul de comunicare al unei asociații de tineret dintr-un sat.”
2. **Context:** ce știe el despre voi și despre situație. Cine sunteți, pentru cine scrieți, ce s-a întâmplat, ce ton aveți de obicei.
3. **Sarcină:** ce anume să facă, cu un verb clar. „Scrieți”, „rezumați”, „propuneți cinci idei”, „găsiți greșelile”.
4. **Format:** cum arată rezultatul. Lungimea, lista sau tabelul, câte variante, dacă vreți emoji sau nu, în ce limbă.
5. **Verificare:** cereți-i să spună ce nu știe. „Dacă vă lipsește o informație, întrebați-mă înainte să scrieți. Marcați cu [DE VERIFICAT] orice cifră sau dată pe care nu v-am dat-o eu.”

Un exemplu care le pune pe toate cinci la un loc:

Acționați ca responsabilul de comunicare al asociației [numele asociației] din [localitatea].
 Context: organizăm [activitatea] pe [data], la [locul]. Publicul nostru sunt [cine citește: părinți, tineri, vârstnici]. Scriem simplu și cald, fără cuvinte mari.
 Sarcina: scrieți textul unei postări de Facebook care anunță activitatea și îi invită pe oameni să vină.
 Format: maximum 80 de cuvinte, o frază de început care atrage atenția, apoi ce, când, unde și cum se înscriu. Cel mult două emoji. Dați-mi două variante.
 Verificare: nu adăugați detalii pe care nu vi le-am dat. Dacă lipsește ceva important, întrebați-mă.

Când răspunsul nu vă place

Nu o luați de la capăt, continuați conversația: „mai scurt”, „mai puțin oficial”, „fără superlative”, „scrieți ca pentru bunica mea”. Asistentul tinde să vă dea dreptate, deci în loc de „E bun textul?” întrebați „Ce e slab în textul ăsta și cum l-ați îmbunătăți?”. Iar dacă puneți aceeași întrebare de două ori, puteți primi răspunsuri diferite, așa că alegeți varianta cea mai bună și verificați-o.

Vizibilitate

Anunțul unui eveniment

Acționați ca responsabilul de comunicare al unei asociații obștești dintr-un sat din Republica Moldova.
 Scrieți o postare de Facebook care anunță [evenimentul] organizat de [numele asociației].
 Detalii: [data și ora], [locul], [ce se întâmplă acolo], [ce trebuie să aducă oamenii], [cum se înscriu sau pe cine sună].
 Publicul: [cine vrem să vină].
 Ton: cald, simplu, ca între vecini. Maximum 100 de cuvinte, cel mult trei emoji, fără superlative.
 Dați-mi trei variante cu începuturi diferite. Nu inventați detalii pe care nu vi le-am dat.

Postarea de după eveniment

Am organizat [evenimentul] pe [data] în [localitatea]. Ce s-a întâmplat: [3-4 fapte, de exemplu ce s-a făcut, cine a ajutat, ce urmează].
 Vrem să le mulțumim [partenerilor, voluntarilor, primăriei] și să arătăm rezultatul.
 Scrieți o postare de maximum 120 de cuvinte, la persoana I plural („am făcut”, „vă mulțumim”), caldă, fără exagerări.
 La final, adăugați o frază despre următoarea activitate: [activitatea următoare și data].
 Nu adăugați cifre sau nume pe care nu vi le-am dat.

Calendarul de postări pe o lună

Suntem [numele asociației], ne ocupăm de [domeniul: tineri, vârstnici, mediu, cultură] în [localitatea].
 În luna [luna] avem: [lista activităților cu date].
 Propuneți un calendar de postări pentru Facebook pentru această lună, câte [2 sau 3] pe săptămână.
 Format: tabel cu coloanele Data, Tipul postării (anunț, poză din culise, mulțumire, informație utilă), Ideea în o frază, Ce poză sau video ne trebuie.
 Includeți și postări care nu sunt anunțuri: o poveste a unui voluntar, un sfat util, o întrebare pentru comunitate.

Textul scurt pentru un afiș

Facem un afiș pentru [evenimentul] din [localitatea], pe [data], la [ora], la [locul].
Propuneți cinci titluri de maximum șase cuvinte, ușor de citit de la doi metri.
Apoi scrieți textul de sub titlu în maximum trei rânduri: ce, când, unde, contact
[numărul sau pagina].

Același mesaj pentru alt public

Mai jos e un text al asociației noastre. Rescrieți-l pentru [publicul nou: adolescenți / persoane în vârstă / un finanțator / primărie].
Păstrați toate faptele exact cum sunt. Schimbați doar tonul, lungimea și cuvintele.
Spuneți-mi pe scurt ce ați schimbat și de ce.

Textul:
[lipiți textul aici]

Proiecte

Arborele problemei

Acționați ca un facilitator care ajută o asociație locală să-și clarifice ideea de proiect.
Problema pe care o vedem în [localitatea]: [descrieți problema în 2-3 fraze, cu ce ați observat voi].
Construiți un arbore al problemei: problema centrală, 4-5 cauze (cu cauzele lor, unde are sens) și 4-5 efecte.
Prezentați-l ca listă cu niveluri.
La final, puneți-ne cinci întrebări la care ar trebui să răspundem cu date din comunitate ca să știm dacă arborele e corect.

Obiectivele și activitățile unui proiect

Pregătim un proiect pentru [numele apelului sau finanțatorul]. Problema: [problema].
Grupul cu care lucrăm: [cine, descris la general].
Propuneți un obiectiv general și 2-3 obiective specifice, măsurabile și realiste pentru [durata proiectului] și pentru o echipă de [câți oameni lucrează efectiv].
Pentru fiecare obiectiv specific, propuneți 2-3 activități și un indicator simplu prin care vedem dacă l-am atins.
Format: tabel. Nu inventați cifre despre comunitate, lăsați [cifra] acolo unde trebuie o dată reală.

Ideea noastră se potrivește cu apelul?

Mai jos sunt criteriile unui apel de finanțare și ideea noastră de proiect. Comparați-le punct cu punct, în tabel: criteriul, ce scrie în ideea noastră, se potrivește (da / parțial / nu), ce ar trebui să adăugăm. La final, spuneți sincer care sunt cele mai slabe trei puncte ale ideii față de acest apel. Folosiți doar ce scrie în textele de mai jos.

Criteriile apelului:
[lipiți criteriile]

Ideea noastră:
[lipiți ideea]

Scrisoarea către un partener

Scrieți un e-mail scurt și politicos către [instituția: primăria, școala, biblioteca] din [localitatea], din partea asociației [numele].
Le propunem să fie partener în proiectul [numele sau ideea pe scurt]. Ce le cerem: [de exemplu sala, o scrisoare de susținere, un reprezentant în echipă]. Ce câștigă ei: [beneficiul pentru ei sau pentru comunitate].
Maximum 150 de cuvinte, ton respectuos, fără formule pompoase. Încheiați cu o propunere concretă de întâlnire: [data sau intervalul].

Date

Întrebările unui sondaj

Vrem să aflăm de la oamenii din [localitatea] [ce vrem să aflăm, de exemplu ce activități și-ar dori pentru tineri].
Propuneți 8-10 întrebări pentru un formular online, care se completează de pe telefon în cel mult 5 minute.
Amestecați întrebări cu variante de răspuns și 1-2 întrebări deschise. Formulați neutru, fără să sugerați răspunsul.
Nu cereți nume, adresă sau alte date care identifică persoana.
La final, spuneți-mi care întrebare ar putea fi înțeleasă greșit și de ce.

Răspunsurile deschise, grupate pe teme

Mai jos sunt răspunsuri anonime la întrebarea „[întrebarea]”. Le-am curățat de nume și de alte date personale.
Grupați-le pe 4-6 teme. Pentru fiecare temă: un titlu scurt, câte răspunsuri intră acolo și un exemplu citat exact din listă.
Nu interpretați dincolo de ce scrie în răspunsuri. Dacă un răspuns nu intră nicăieri, puneți-l la „Altele”.

Răspunsurile:
[lipiți răspunsurile, câte unul pe rând]

O formulă în Google Sheets

Lucrez în Google Sheets, cu interfața în [limba]. În coloana [A] am [ce e acolo], în coloana [B] am [ce e acolo], de pe rândul 2 până la rândul [ultimul rând]. Vreau să [ce vreți să calculați, de exemplu să număr câți participanți au venit din fiecare sat]. Scrieți formula, explicați-o pas cu pas în cuvinte simple și spuneți-mi în ce celulă s-o pun.

Un tabel explicat pe înțelesul tuturor

Mai jos e un tabel cu [ce date conține]. Explicați în 5 fraze simple ce arată, pentru membrii asociației care nu lucrează cu cifre. Spuneți care sunt cele mai importante două observații și ce nu putem concluziona din aceste date. Nu adăugați cifre care nu sunt în tabel.

[lipiți tabelul]

Organizare

Ordinea de zi a ședinței

Asociația noastră are ședință pe [data], [durata] minute, cu [cine participă]. Subiectele: [lista subiectelor]. Propuneți o ordine de zi cu timp alocat pentru fiecare punct și cu decizia pe care trebuie s-o luăm la fiecare. Puneți subiectele care cer decizii la început, când oamenii sunt odihniți.

Procesul-verbal din notițe

Mai jos sunt notițele mele de la ședința asociației din [data]. Transformați-le într-un proces-verbal scurt, cu: participanți (doar funcțiile, fără nume), subiecte discutate, decizii luate, sarcini (ce, cine, până când). Nu adăugați decizii sau sarcini care nu apar în notițe. Unde notițele nu sunt clare, scrieți [NECLAR].

Notițele:
[lipiți notițele]

Planul pe săptămâni până la eveniment

Organizăm [evenimentul] pe [data]. Avem [câte] săptămâni și [câți] voluntari activi, fiecare cu câteva ore pe săptămână. Ce trebuie făcut: [lista mare, în orice ordine]. Împărțiți totul pe săptămâni, în ordinea în care trebuie făcut, ca listă de sarcini. Marcați ce sarcini depind de altele și ce trebuie confirmat cu primăria sau cu partenerii.

Mesajul către voluntari

Scrieți un mesaj pentru grupul de voluntari al asociației, pe Viber.
Ce vrem: [de exemplu ajutor la montarea scenei sâmbătă dimineață]. Detalii: [ora, locul, ce să aducă, cu cine să vorbească].
Ton prietenos, scurt, maximum 60 de cuvinte. Încheiați cu o întrebare la care se răspunde ușor, de tipul „Cine poate veni?”.

Verificare

Ce trebuie verificat într-un text

Mai jos e un text pe care vrem să-l publicăm. Nu-l rescrieți.
Faceți o listă cu toate afirmațiile care pot fi verificate: cifre, date, nume, legi, instituții, citate.
Pentru fiecare, spuneți unde le-am putea verifica (ce tip de sursă oficială) și cât de sigur sunteți că sunt corecte.

Textul:
[lipiți textul]

Argumentele contra

Avem următoarea idee / decizie: [descrieți ideea].
Acționați ca un membru sceptic al consiliului asociației. Dați-mi cele mai puternice cinci argumente împotriva ei și ce ar putea merge prost.
Nu mă încurajați și nu încheiați cu o concluzie optimistă. Vreau doar riscurile, clar spuse.

Sursele unui răspuns

Pentru răspunsul de mai sus, spuneți-mi pe ce vă bazați.
Pentru fiecare afirmație importantă, dați o sursă pe care o pot deschide eu: numele documentului sau al instituției și, dacă îl știți, linkul.
Dacă nu aveți o sursă sigură pentru o afirmație, spuneți asta direct în loc să ghiciți.

Sursele se verifică și ele

Un asistent AI poate da linkuri care nu există sau care spun altceva. Deschideți fiecare sursă și căutați în ea afirmația. Pentru căutări cu surse afișate e mai potrivit **Perplexity** (p. 98), iar pentru un document pe care îl aveți deja, **Gemini Notebook** (p. 96).

Ortografie și diacritice

Corectați textul de mai jos: greșeli de ortografie, punctuație și diacritice (ș și ț cu virgulă dedesubt).
Nu schimbați stilul și nici cuvintele care sunt corecte. Arătați-mi la final lista cu ce ați corectat.

[lipiți textul]

Un mesaj suspect

Asociația a primit mesajul de mai jos. Am șters din el numele și datele noastre. Spuneți-mi ce semne de înșelătorie sau de manipulare vedeți (urgență, amenințări, linkuri ciudate, cereri de parole sau de coduri) și ce ar trebui să verificăm înainte să facem ceva.

Nu deschideți și nu urmați linkurile din mesaj.

Mesajul:

[lipiți mesajul, fără date personale]

Vezi și

- **AI în munca asociației** (p. 81), **Textul unei postări scris cu ajutorul AI** (p. 16), **Rezumatul unui document lung** (p. 83), **Cum verificați un răspuns primit de la AI** (p. 85)

ANEXĂ

Autoevaluare digitală a asociației

O listă de verificare de 10 minute. Bifați ce faceți deja și vedeți unde merită să începeți.

Bifați doar ce e adevărat azi. Bifați cu pixul și notați data, ca să puteți reveni peste o lună și compara.

Cum citiți rezultatul

Zona cu cele mai puține bife e cea unde un pas mic schimbă cel mai mult. Deschideți pagina ei și începeți cu „Primul pas de azi”.

Vizibilitate și comunicare

- ☐ Asociația are o pagină publică (Facebook, Instagram sau site) actualizată în ultima lună.
- ☐ Cel puțin două persoane au acces de administrator la pagină.
- ☐ Avem un șablon de afiș pe care îl re folosim, cu logo și culori.
- ☐ Planificăm postările cu o săptămână înainte.
- ☐ După fiecare activitate publicăm fotografii și un text scurt despre rezultat.

Continuați cu **Vizibilitate și comunicare** (p. 9).

Proiecte și finanțare

- ☐ Știm să descriem problema comunității în trei fraze, cu cauze și efecte.
- ☐ Avem cel puțin un proiect scris care poate fi adaptat pentru un apel nou.
- ☐ Urmărim anunțurile de finanțare într-un loc anume, cu cineva responsabil.
- ☐ Documentele proiectului sunt scrise împreună, într-un singur fișier comun.

Continuați cu **Proiecte și finanțare** (p. 30).

Colaborare și organizare

- ☐ Documentele asociației stau într-un dosar comun, la care are acces toată echipa.
- ☐ Avem un calendar comun cu întâlnirile și termenele.
- ☐ Știm cine face ce săptămâna asta, și e scris undeva.
- ☐ Putem face o întâlnire online cu un link trimis din timp.

Continuați cu **Colaborare și organizare** (p. 52).

Date și feedback

- ☐ Înscrierile la activități se fac printr-un formular.
- ☐ Ținem evidența participanților într-un tabel, cu acordul lor pentru date.
- ☐ Am întrebat comunitatea ce îi trebuie, printr-un sondaj, în ultimul an.

- ☐ Putem arăta în cifre ce s-a schimbat după un proiect.

Continuați cu **Date și feedback** (p. 67).

AI în munca asociației

- ☐ Cineva din echipă folosește un asistent AI pentru drafturi de text.
- ☐ Verificăm faptele și cifrele din răspunsurile AI înainte să le folosim.
- ☐ Nu punem date personale ale beneficiarilor în instrumentele AI.
- ☐ Avem câteva prompturi bune salvate și le refolosim.

Continuați cu **AI în munca asociației** (p. 81).

Siguranță online

- ☐ Conturile importante ale asociației au autentificare în doi pași.
- ☐ Parolele nu se repetă și nu stau scrise într-un mesaj.
- ☐ Când pleacă un voluntar, îi scoatem accesul la conturi și dosare.
- ☐ Avem o copie de rezervă a documentelor importante.

Continuați cu **Siguranță online** (p. 100).

ANEXĂ

Toate instrumentele pe scurt

Instrumentele din ghid, în ordine alfabetică, cu pagina fișei.

Instrument	Cost	Pe ce merge	În română
Autentificarea în doi pași (p. 104)	Gratuit, inclus în conturile Google, Facebook, Instagram și în majoritatea serviciilor mari.	Google, Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram, Bitwarden și altele	Da
Bitwarden (p. 106)	Are plan gratuit pentru persoane; planurile pentru familii și echipe sunt plătite.	Web, Android, iOS, Windows, macOS, Linux, extensii pentru browser	Parțial: aplicațiile au română, site-ul și ghidurile sunt în engleză
Canva (p. 18)	Are plan gratuit; gratuit pentru ONG-uri, cu verificare (verificați eligibilitatea pentru Moldova).	Web, Android, iOS, Windows, macOS	Da
CapCut (p. 20)	Are plan gratuit; unele efecte și funcții sunt doar în planul plătit.	Web, Android, iOS, Windows, macOS	Da
ChatGPT (p. 90)	Are plan gratuit; planurile plătite dau mai multă utilizare și funcții în plus.	Web, Android, iOS, Windows, macOS	Parțial: înțelege și răspunde în română
Claude (p. 94)	Are plan gratuit, cu limită de utilizare; există planuri plătite.	Web, Android, iOS, Windows, macOS	Parțial: înțelege și răspunde în română
Data Studio (fostul Looker Studio) (p. 79)	Gratuit (există și o versiune plătită pentru companii, de care o asociație mică nu are nevoie).	Web	Parțial
Datawrapper (p. 77)	Are plan gratuit (graficele poartă mențiunea „Created with Datawrapper”); planurile pentru echipe sunt plătite.	Web	Nu
fundsforNGOs (p. 46)	Anunțurile și articolele de pe site sunt gratuite; abonamentul „Premium” este plătit.	Web	Nu
Gemini (p. 92)	Gratuit cu un cont Google; există și planuri plătite, cu funcții în plus.	Web, Android, iOS	Da
Gemini Notebook (fostul NotebookLM) (p. 96)	Gratuit cu un cont Google, cu limite de utilizare; există și plan plătit.	Web, Android, iOS	Parțial: răspunsurile pot fi în română, limba se alege din setări
Google Calendar (p. 59)	Gratuit, cu un cont Google.	Web, Android, iOS	Da
Google Docs (p. 42)	Gratuit cu un cont Google. Programul Google for Nonprofits oferă servicii suplimentare pentru ONG-uri; verificați eligibilitatea pentru Moldova.	Web, Android, iOS	Da

Instrument	Cost	Pe ce merge	În română
Google Drive (p. 57)	Gratuit, cu un cont Google; spațiu suplimentar este plătit.	Web, Android, iOS, Windows, macOS	Da
Google Forms (p. 73)	Gratuit cu un cont Google. Programul Google for Nonprofits oferă servicii suplimentare pentru ONG-uri; verificați eligibilitatea pentru Moldova.	Web (se completează de pe orice telefon, din browser)	Da
Google Sheets (p. 50)	Gratuit cu un cont Google. Programul Google for Nonprofits oferă servicii suplimentare pentru ONG-uri; verificați eligibilitatea pentru Moldova.	Web, Android, iOS	Da
Google Sites (p. 28)	Gratuit, cu un cont Google.	Web (editarea se face de pe calculator; site-ul se vede bine și pe telefon)	Da
Have I Been Pwned (p. 108)	Gratuit pentru verificarea unei adrese de e-mail.	Web	Nu
Jitsi Meet (p. 61)	Gratuit.	Web, Android, iOS	Da
KoboToolbox (p. 75)	Gratuit pentru organizațiile nonprofit prin planul „Community”, cu limite lunare de răspunsuri și de spațiu; planurile mai mari sunt plătite. Verificați eligibilitatea pentru Moldova.	Web, Android (aplicația KoboCollect)	Nu
MailerLite (p. 26)	Are plan gratuit, cu limită de abonați și de funcții; planurile plătite au reducere pentru ONG-uri, cu dovada statutului (verificați eligibilitatea pentru Moldova).	Web	Nu (interfața e în engleză; e-mailurile și formularele le scrieți în română)
Meta Business Suite (p. 22)	Gratuit.	Web, Android, iOS	Da
ngo.md (p. 44)	Gratuit (înregistrarea asociației este gratuită).	Web	Da
Padlet (p. 65)	Are plan gratuit, cu un număr mic de panouri; planurile mai mari sunt plătite.	Web, Android, iOS	Da
Perplexity (p. 98)	Are plan gratuit; există și plan plătit.	Web, Android, iOS	Parțial: înțelege și răspunde în română
Portalul UE Funding & Tenders (p. 48)	Gratuit.	Web	Nu
Profilul Companiei Google (p. 24)	Gratuit.	Web, Android, iOS (prin Google Maps și Căutarea Google)	Da
Trello (p. 63)	Are plan gratuit, cu limite (inclusiv la numărul de colaboratori dintr-un spațiu de lucru); restul planurilor sunt plătite.	Web, Android, iOS, Windows, macOS	Nu (are engleză, rusă, ucraineană și alte limbi)

Despre ghid

Cine a făcut ghidul, pentru cine și cum îl puteți îmbunătăți.

Ghidul a fost realizat în cadrul proiectului „PRO-Active Digital Communities – Ambasadori Digitali în Comunități Rurale”, implementat de AO ProActive Group Moldova în parteneriat cu Alianța Asociațiilor de Băștinași din Moldova. Continuă sesiunile „AI în Comunități” cu academia și laboratoarele proiectului.

Autori: Tudor Lapp (**Lappsus** (lappsus.com)) și Victor Babcinețchi.

Pentru cine este

Pentru membrii și voluntarii asociațiilor obștești și ai grupurilor de inițiativă, mai ales din comunități mici, care lucrează mult de pe telefon și nu au buget pentru programe. Nu e nevoie de experiență anterioară: fiecare rețetă pornește de la crearea contului.

Cum a fost ales fiecare instrument

- are un plan gratuit sau o ofertă pentru organizații neguvernamentale;
- merge de pe telefon sau dintr-un browser obișnuit;
- are tutoriale oficiale, ca să puteți merge mai departe singuri;
- e folosit pe scară largă, deci veți găsi ajutor și la alții.

Instrumentele se schimbă des: un buton își schimbă locul, o ofertă se încheie. Dacă ceva nu mai arată ca în ghid, linkul „Tutoriale” din fișa instrumentului duce la varianta oficială, ținută la zi de producător.

Cum îl îmbunătățiți

Ghidul e un site static construit cu **Quartz** (quartz.jzhao.xyz). Textul fiecărei pagini e un fișier markdown în **depoziul de pe GitHub** (github.com/nudoarmetudor/ghid-digital-pagm), în dosarul `sursa/content`. O corectură sau o rețetă nouă ajunge pe site câteva minute după ce e salvată acolo.

Ghidul e și online, cu linkuri pe care le puteți apăsa



ghid.lappsus.com



Finanțat de
Uniunea Europeană



CONTACT



centrul de
politics și
-reform-



DEMOCRACY
REPORTING
INTERNATIONAL



Alianța
Asociațiilor de Băștinași

Acest material a fost produs și realizat cu suportul financiar al Uniunii Europene, în cadrul proiectului INSPIRĂ Moldova. Conținutul acestuia reprezintă responsabilitatea exclusivă a proiectului „PRO-Active Digital Communities – Ambasadori Digitali în Comunități Rurale”, implementat de AO ProActive Group Moldova, în parteneriat cu Alianța Asociațiilor de Băștinași din Moldova. Conținutul aparține AO ProActive Group Moldova și nu reflectă în mod necesar viziunea Uniunii Europene.