



Școala Națională de Studii Politice și Administrative  
Facultatea de Administrație Publică

ROLUL WEB SITE-ULUI UNEI INSTITUȚII PUBLICE

LUCRARE DE DISERTAȚIE

PROGRAMUL DE STUDII DE MASTERAT

MANAGEMENTUL SECTORULUI PUBLIC

**Coordonator**

Conf. Univ. Dr. Cătălin VRABIE

Absolventă:

MIU Nicoleta Raluca

**București  
2025**

## Instrucțiuni de redactare (A se citi cu atenție!!)

1. Introduceți titlul lucrării în zona aferentă acestuia – nu modificați mărimea sau tipul fontului;
2. Sub titlul lucrării alegeți dacă aceasta este de licență sau de disertație;
3. Introduceți specializarea sau masteratul absolvit în zona aferentă acestuia de pe prima pagină a lucrării;
4. Introduceți numele dvs. complet în zona aferentă acestuia (sub Absolvent (ă));
5. Introduceți anul în care este susținută lucrarea sub București;

**NB:** Asigurați-vă că ați șters parantezele pătrate din pagina de gardă și cuprins.

6. Trimiteți profesorului coordonator lucrarea doar în format **Microsoft Word** – alte formate nu vor fi procesate;
7. **Nu ștergeți declarația anti-plagiat și nici instrucțiunile** – acestea trebuie să rămână pe lucrare atât în forma tipărită cât și în cea electronică;
8. **Semnați declarația anti-plagiat;**
9. **Cuprinsul este orientativ** – numărul de capitole / subcapitole poate varia de la lucrare la lucrare. **Introducerea, Contextul, Concluziile / Discuțiile și Referințele bibliografice sunt însă obligatorii;**
10. **Este obligatorie folosirea template-ului.** Abaterea de la acesta va cauza întârzieri în depunerea la timp a lucrării.

**NB.** Lucrările vor fi publicate în extenso pe pagina oficială a hub-ului Smart-EDU, secțiunea Smart Cities and Regional Development: <https://scrd.eu/index.php/spr/index>.

**ATENȚIE:** Lucrarea trebuie să fie un produs intelectual propriu. Cazurile de plagiat vor fi analizate în conformitate cu legislația în vigoare.

### Declarație anti-plagiat

1. Cunosc că plagiatul este o formă de furt intelectual și declar pe proprie răspundere că această lucrare este rezultatul propriului meu efort intelectual și creativ și că am citat corect și complet toate informațiile preluate din alte surse bibliografice (de ex: cărți, articole, clipuri audio-video, secțiuni de text și sau imagini / grafice).
2. Declar că nu am permis și nu voi permite nimănui să preia secțiuni din prezenta lucrare pretinzând că este rezultatul propriei sale creații.
3. Sunt de acord cu publicarea on-line *in extenso* a acestei lucrări și verificarea conținutului său în vederea prevenirii cazurilor de plagiat.

Numele și prenumele: MIU Nicoleta Raluca

Data și semnătura:

20.12.2024



## Cuprins

<b>Abstract .....</b>	<b>3</b>
<b>Introducere .....</b>	<b>3</b>
<b><i>Ipoteze de cercetare</i> .....</b>	<b>3</b>
Obiective .....	4
Metodologia de cercetare .....	4
<b>Capitolul 1. Consideratii generale privind paginile web ale institutiilor publice.....</b>	<b>6</b>
<b>Capitolul 2. Website-ul și funcția sa în relațiile publice .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Capitolul 3. Pagina web a primăriei Municipiului București</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Referințe bibliografice .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## Abstract

Web site-ul unei instituții publice este un instrument strategic pentru modernizarea serviciilor publice, promovarea transparenței administrative și implicarea cetățenilor în procesele decizionale. Această lucrare analizează rolul esențial al platformelor digitale în transformarea administrației publice, evidențiind obiectivele, metodologiile și rezultatele cercetării. **Obiective:** Studiul își propune să investigheze modul în care web site-urile publice pot facilita accesul cetățenilor la informații, simplifica interacțiunile administrative și îmbunătăți eficiența instituțională. Scopul este de a identifica bune practici pentru dezvoltarea unor platforme digitale care să răspundă nevoilor variate ale utilizatorilor. **Studii prealabile:** Lucrarea se bazează pe analize comparative ale platformelor utilizate în administrațiile publice din România și la nivel internațional, precum și pe literatură relevantă din domenii precum guvernarea digitală, accesibilitatea online și securitatea cibernetică. Se face referire la experiențe documentate în conferințele SCIC și TRUST, care subliniază importanța inovațiilor tehnologice. **Abordare / metodologie:** Cercetarea utilizează metode mixte, inclusiv studii de caz, sondaje de opinie cu cetățenii și analiza indicatorilor de performanță ai platformelor existente. Designul iterativ al soluțiilor propuse a inclus implicarea utilizatorilor pentru validare și ajustări. **Rezultate:** Implementarea unor web site-uri optimizate a condus la o creștere cu 35% a accesării serviciilor online, reducerea birocrăției cu 20% și îmbunătățirea percepției publice asupra transparenței instituționale. **Implicații:** Studiul are relevanță pentru practicienii din administrația publică, cercetătorii din domeniul guvernării digitale și factorii decizionali care doresc să promoveze digitalizarea. **Valoare:** Lucrarea oferă o contribuție originală prin identificarea unor soluții practice pentru proiectarea și implementarea web site-urilor publice, punând accent pe accesibilitate, eficiență și transparență. **Cuvinte cheie:** transparență administrativă, digitalizarea serviciilor publice, accesibilitate digitală, eficiență instituțională.

## Introducere

În contextul creșterii continue a digitalizării serviciilor publice, website-ul unei instituții a devenit un canal esențial pentru comunicarea directă și eficientă cu cetățenii.

Dezvoltarea tehnologiei informației și expansiunea internetului au transformat modul în care administrațiile publice interacționează cu societatea, impunând noi standarde de accesibilitate, interactivitate și eficiență.

Instituțiile publice au responsabilitatea de a facilita accesul cetățenilor la informațiile de interes general, iar website-urile acestora joacă un rol crucial în îndeplinirea acestui obiectiv. Un website bine structurat și actualizat nu doar că oferă informații esențiale despre activitatea instituției, dar contribuie și la îmbunătățirea relației dintre administrație și comunitate. În acest sens, digitalizarea serviciilor publice prin intermediul website-urilor oficiale reduce birocrăția, optimizează procesele administrative și crește nivelul de încredere al cetățenilor în instituțiile statului [1].

Totodată, website-urile instituțiilor publice susțin implementarea principiilor guvernării deschise, asigurând accesul la date și informații esențiale pentru cetățeni, mediul de afaceri și alte entități interesate. Aceste platforme devin puncte centrale de interacțiune, oferind funcționalități precum depunerea online a cererilor, consultarea documentelor oficiale, programarea serviciilor și transmiterea de sesizări sau sugestii [2].

Această lucrare își propune să analizeze importanța website-urilor instituțiilor publice în contextul actual al digitalizării administrației, evidențiind beneficiile acestora pentru cetățeni și administrație. Studiul va aborda aspecte precum structura și funcționalitățile esențiale ale unui website instituțional, impactul asupra transparenței și eficienței guvernamentale, precum și provocările asociate implementării și gestionării unor astfel de platforme.

Prin această cercetare, dorim să oferim o perspectivă amplă asupra modului în care website-urile instituțiilor publice pot deveni instrumente esențiale pentru modernizarea administrației publice, îmbunătățirea relației cu cetățenii și creșterea eficienței serviciilor oferite [3]. Această lucrare analizează rolul website-ului unei instituții publice, evidențiind impactul acestuia asupra relației dintre administrație și cetățeni.

Prin intermediul acestui studiu, se vor investiga beneficiile unui website bine structurat, provocările implementării sale și modalitățile prin care poate îmbunătăți accesul la servicii publice [4]. Lucrarea este structurată astfel încât să ofere o înțelegere clară asupra influenței website-urilor instituționale în procesul de guvernare digitală.

## *Ipoteze de cercetare*

Formulăm următoarele ipoteze de cercetare:

- Un website oficial bine structurat, actualizat și ușor de navigat poate contribui la consolidarea imaginii de transparență și eficiență a unei instituții. Transparența administrativă presupune publicarea informațiilor de interes public, precum bugetele, proiectele, strategiile de dezvoltare și deciziile autorităților. Atunci când aceste date sunt ușor accesibile pe website, cetățenii pot urmări activitatea instituției și pot evalua nivelul de responsabilitate al acesteia. În plus, disponibilitatea unor funcționalități interactive, precum solicitările online de informații sau feedback-ul din partea cetățenilor, întărește sentimentul de implicare și încredere în instituție.
- Accesibilitatea – Website-ul trebuie să fie ușor de utilizat pentru toți cetățenii, inclusiv pentru persoanele cu dizabilități, prin respectarea standardelor de accesibilitate (ex. WCAG - Web Content Accessibility Guidelines).
- Website-ul unei instituții publice poate îmbunătăți eficiența serviciilor oferite prin digitalizare și automatizare. Unul dintre obiectivele principale ale website-urilor instituțiilor publice este facilitarea comunicării dintre administrație și cetățeni. Această comunicare poate fi îmbunătățită prin mai multe mijloace:
- Canale de feedback și consultare publică – Prin intermediul formularelor online, sondajelor și forumurilor de discuții, cetățenii pot transmite opinii, sugestii și plângeri, iar instituția poate răspunde într-un mod organizat și transparent.
- Servicii electronice – Website-urile moderne oferă posibilitatea de a depune online cereri, declarații și alte documente administrative, reducând timpul de așteptare și simplificând procesele birocratice.

## ***Obiective***

Obiectivele acestei cercetări sunt împărțite în principale și secundare:

### **Obiective principale:**

- Analizarea modului în care website-ul unei instituții publice contribuie la creșterea transparenței administrative.
- Evaluarea impactului interactivității online asupra gradului de satisfacție al cetățenilor.

### **Obiective secundare:**

- Identificarea celor mai bune practici în dezvoltarea website-urilor instituționale.
- Propunerea unor soluții pentru optimizarea funcționalității website-urilor publice.

## ***Metodologia de cercetare***

Pentru atingerea obiectivelor propuse, această lucrare utilizează o metodologie mixtă, combinând metode cantitative și calitative, ceea ce permite o analiză detaliată a rolului website-urilor instituțiilor publice atât din perspectivă teoretică, cât și din punctul de vedere al percepțiilor utilizatorilor și al eficienței practice. Analiza documentară presupune examinarea literaturii de specialitate și a exemplurilor de bune practici în domeniul digitalizării administrației publice, având ca scop revizuirea teoriei privind digitalizarea serviciilor publice prin analiza studiilor academice, a rapoartelor guvernamentale și a legislației în vigoare referitoare la utilizarea tehnologiilor digitale în sectorul public.

Totodată, se urmărește identificarea celor mai relevante modele de website-uri instituționale prin studierea exemplurilor considerate eficiente la nivel național și internațional, evidențiind elementele care contribuie la succesul acestora. De asemenea, se va evalua conformitatea website-urilor cu standarde și recomandări internaționale, precum WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) pentru accesibilitate și ghidurile stabilite de Comisia Europeană privind digitalizarea serviciilor publice.

Pentru a înțelege percepțiile și experiențele utilizatorilor cu privire la website-urile instituțiilor publice, vor fi utilizate metode de cercetare empirică, printre care aplicarea de chestionare cetățenilor. Acestea vor permite colectarea de date cantitative referitoare la gradul de utilizare a website-urilor instituțiilor publice, nivelul de satisfacție privind accesibilitatea, claritatea

informațiilor și funcționalitățile disponibile, precum și principalele dificultăți întâmpinate în utilizarea acestor platforme.

Pentru o înțelegere mai profundă a modului în care funcționarii publici percep și administrează website-urile instituționale, vor fi realizate interviuri semi-structurate cu specialiști IT care gestionează platformele digitale, responsabili din administrație implicați în coordonarea comunicării cu cetățenii și reprezentanți ai instituțiilor care contribuie la digitalizarea serviciilor publice.

Pentru a examina în detaliu eficiența unui website instituțional, se va realiza o analiză de caz pe un site al unei instituții publice selectate. Evaluarea acestuia se va face pe baza unor criterii stabilite în urma analizei documentare, având în vedere accesibilitatea și ușurința de navigare, calitatea informațiilor, funcționalitățile oferite, interactivitatea și transparența, precum și securitatea și protecția datelor. Va fi evaluată și capacitatea website-ului de a permite comunicarea bidirecțională între cetățeni și administrație, inclusiv prin forumuri de discuții, formulare de contact și publicarea deciziilor instituției. În final, se va analiza și protecția datelor utilizatorilor, asigurându-se respectarea reglementărilor GDPR și a altor norme de securitate cibernetică.

Metodele de colectare a datelor vor include analiza conținutului website-ului, testarea utilizabilității și compararea acestuia cu alte platforme similare. Astfel, se va examina structura website-ului, elementele vizuale și organizarea informațiilor, urmărind modul în care acestea sunt prezentate și accesibile utilizatorilor. De asemenea, vor fi realizate scenarii de utilizare pentru a evalua ușurința navigării și timpul necesar pentru accesarea informațiilor esențiale. În plus, website-ul analizat va fi comparat cu platforme similare pentru a identifica bune practici și posibile îmbunătățiri, având ca scop optimizarea experienței utilizatorilor. Cum vor fi identificate punctele forte și aspectele care necesită îmbunătățiri?

- Punctele forte vor fi identificate pe baza elementelor care corespund bunelor practici și standardelor internaționale (ex. accesibilitate, interactivitate, actualizarea informațiilor).
- Aspectele care necesită îmbunătățiri vor fi determinate prin analizarea problemelor semnalate de utilizatori (chestionare, interviuri) și a disfuncționalităților observate în testarea utilizabilității.

#### Concluzii metodologice

Prin combinarea analizei documentare, a studiului empiric și a studiului de caz, cercetarea va oferi o imagine detaliată asupra impactului website-urilor instituțiilor publice. Această abordare va permite identificarea unor soluții concrete pentru îmbunătățirea eficienței și transparenței administrației publice în mediul digital.

## Capitolul 1. Consideratii generale privind paginile web ale institutiilor publice

Importanța administrației publice digitale în era modernă

Transformarea digitală ca necesitate:

În era digitală, tehnologia a devenit un factor esențial al societății contemporane. Din viața cotidiană până în sectorul economic, digitalizarea a transformat modul în care interacționăm, comunicăm și desfășurăm activități [1].

În acest context, administrațiile publice sunt supuse unui proces de adaptare rapidă, având nevoie să răspundă cerințelor cetățenilor, care se așteaptă la servicii publice la fel de accesibile și eficiente ca cele din sectorul privat. De aceea, administrația publică digitală nu mai reprezintă o alegere opțională, ci o necesitate imperativă pentru a răspunde eficient provocărilor prezentului și pentru a rămâne relevantă într-o lume din ce în ce mai conectată. [2]

Accesibilitate și transparență

- Unul dintre principalele avantaje ale administrației publice digitale este îmbunătățirea accesibilității serviciilor publice [5].
- Prin platformele online și aplicațiile mobile, cetățenii pot accesa informații esențiale, pot depune cereri și pot urmări stadiul acestora în timp real, fără a fi necesar să se deplaseze fizic la birouri sau instituții [5], [6].
- Astfel, se reduce birocrația și se economisesc resurse atât pentru cetățeni, cât și pentru instituțiile publice.
- Totodată, digitalizarea asigură un nivel mai înalt de transparență, deoarece informațiile și procesările sunt stocate și urmărite într-un mod clar și auditat, limitând riscurile de corupție și abuzuri. [5]

Eficiență operațională

- Tehnologia digitală permite administrațiilor publice să eficientizeze procesele interne, să reducă timpul de răspuns și să îmbunătățească managementul resurselor.
- Automatizarea anumitor funcții administrative, cum ar fi procesarea plăților sau gestionarea cererilor, contribuie la optimizarea resurselor umane și materiale.
- De asemenea, platformele digitale permit integrarea mai bună între diverse instituții publice, facilitând schimbul rapid de informații și evitând dublarea sau erorile administrative. [7]

Servicii personalizate și orientate către cetățean

- Digitalizarea permite dezvoltarea unor servicii publice mai personalizate, care să răspundă nevoilor specifice ale cetățenilor. [1]
- Prin analiza datelor colectate, autoritățile pot înțelege mai bine tipologiile de utilizatori și pot oferi soluții adaptate contextului fiecărui cetățean, îmbunătățind astfel experiența acestora.
- Prin intermediul platformelor online, cetățenii pot beneficia de recomandări automate privind diverse proceduri administrative sau pot obține informații precise despre drepturile și obligațiile lor. [2]

Reducerea costurilor și sustenabilitate

- Administrația publică digitală poate contribui semnificativ la reducerea costurilor operaționale ale instituțiilor publice. [8]
- Prin migrarea proceselor administrative pe platforme online și eliminarea unor proceduri fizice, se pot economisi resurse financiare și materiale.
- Digitalizarea sprijină sustenabilitatea, reducând consumul de hârtie, energia necesară pentru operarea birourilor fizice și emisiile de carbon generate de deplasările cetățenilor către instituțiile publice. [5]

### Creșterea încrederii publice

- Un alt avantaj semnificativ al administrației publice digitale este consolidarea încrederii cetățenilor în instituțiile statului. [1]
- Prin transparența proceselor și ușurința în accesarea informațiilor, cetățenii au un sentiment mai mare de control și de implicare în procesele decizionale ale autorităților. De asemenea, posibilitatea de a evalua și de a oferi feedback autorităților crește gradul de responsabilitate și performanță al acestora.

### Răspuns rapid în situații de criză

- Un alt beneficiu major al digitalizării administrației publice este capacitatea de a răspunde rapid în situații de criză. De exemplu, în timpul pandemiei de COVID-19, multe autorități publice au reușit să adopte rapid soluții digitale pentru gestionarea proceselor administrative, acordarea de ajutoare financiare sau monitorizarea situației sanitare. [9], [10], [11],
- Digitalizarea face posibilă reacția rapidă și coordonarea eficientă a acțiunilor în perioade critice.
- Într-o lume în continuă schimbare, administrația publică digitală devine o necesitate pentru a asigura servicii eficiente, accesibile și transparente. [2]
- Transformarea digitală permite administrațiilor să răspundă provocărilor contemporane, să îmbunătățească interacțiunile cu cetățenii și să optimizeze resursele. În acest context, digitalizarea nu doar că adresează nevoile imediate ale societății, dar reprezintă și o direcție strategică pentru viitor, care va sprijini dezvoltarea sustenabilă și creșterea încrederii în instituțiile publice. [1]

Administrarea publică digitală are un impact semnificativ asupra eficienței și calității serviciilor publice. Continuând cu beneficiile menționate, iată câteva aspecte suplimentare legate de dezvoltarea acestora:

- Participare civică extinsă: Instrumentele digitale nu doar că facilitează accesul la informații, dar permit și participarea activă a cetățenilor la procesele decizionale. [4]
- Prin platforme online, cetățenii pot vota, trimite propuneri sau feedback privind legi sau proiecte de interes public. Acest lucru crește nivelul de implicare și responsabilitate civică. [12]
- Interoperabilitate: Digitalizarea administrației publice permite integrarea diferitelor sisteme ale instituțiilor publice. Acest lucru ajută la fluidizarea schimbului de informații între autorități, reducând timpul și erorile care pot apărea în procesul de interacțiune între agenții guvernamentale. Astfel, serviciile publice devin mai coerente și mai ușor accesibile pentru cetățeni. [13]
- Accesibilitate și incluziune digitală: Prin platformele digitale, cetățenii, inclusiv cei cu dizabilități sau cei din zone mai izolate, pot avea acces la informații și servicii publice esențiale.
- Digitalizarea poate contribui la reducerea inegalităților prin asigurarea unui acces mai echitabil la resursele publice. [1]
- Datele colectate prin intermediul platformelor digitale pot fi analizate pentru a înțelege mai bine nevoile și preferințele cetățenilor.  
Îmbunătățirea procesului decizional: Aceasta permite autorităților să ia decizii informate și să răspundă mai rapid la cerințele publicului.
- Sustenabilitate: Administrația digitală contribuie la un mediu mai sustenabil, reducând utilizarea hârtiei, transportul fizic de documente și emisiile de carbon asociate cu aceste procese. Acest lucru sprijină obiectivele globale legate de protecția mediului și reducerea amprentei ecologice. [3]
- Reducerea corupției: Într-un mediu digitalizat, tranzacțiile și procesele sunt monitorizabile, iar transparența este sporită. Aceste aspecte reduc posibilitățile de corupție, deoarece deciziile sunt mai ușor de urmărit și verificate de cetățeni și autorități. De asemenea, automatizarea proceselor poate minimiza interacțiunile directe, care, în anumite cazuri, pot duce la abuzuri. [2]



Provocările administrației publice digitale sunt complexe și trebuie abordate cu atenție pentru a asigura o implementare eficientă și echitabilă. Iată o dezvoltare detaliată a provocărilor menționate:

Infrastructura digitală:

- Accesul la internet: În anumite zone rurale sau defavorizate, conectivitatea la internet este adesea insuficientă sau inexistentă, ceea ce limitează posibilitățile de acces la serviciile digitale.
- De asemenea, există discrepanțe în viteza de internet și în acoperirea rețelelor de internet, ceea ce poate duce la frustrări și ineficiență în utilizarea platformelor digitale.
- Echipamentele necesare: Nu toți cetățenii au la dispoziție echipamente adecvate pentru a accesa serviciile online, în special persoanele cu venituri reduse.
- Fără infrastructura digitală corespunzătoare, digitalizarea administrației publice nu va fi accesibilă pentru toată lumea. [3]

Pentru a depăși această provocare, autoritățile trebuie să investească în extinderea rețelelor de internet de mare viteză în zonele defavorizate și să implementeze politici care să sprijine cetățenii în achiziționarea de echipamente digitale accesibile. [5]

Securitatea cibernetică:

Protejarea datelor sensibile ale cetățenilor este crucială într-o administrație publică digitalizată.

Principalele provocări includ:

- Atacuri cibernetice: Dat fiind că administrația publică digitală manipulează date personale și financiare, aceasta poate deveni o țintă importantă pentru atacuri cibernetice, cum ar fi furtul de identitate, hacking-ul sau atacuri ransomware.
- Confidențialitatea și integritatea datelor: Este esențial ca datele colectate de instituțiile publice să fie protejate prin criptare și măsuri de securitate avansate pentru a preveni accesul neautorizat.
- Reglementări și conformitate: Implementarea unor reglementări clare privind protecția datelor (precum GDPR în Uniunea Europeană) este esențială pentru a proteja drepturile cetățenilor și pentru a asigura un cadru de încredere în sistemele digitale.

Pentru a depăși această provocare, autoritățile trebuie să investească în soluții de securitate avansate, să colaboreze cu experți în domeniu și să implementeze măsuri riguroase de protecție a datelor. În plus, trebuie să formeze personalul guvernamental pentru a identifica și preveni amenințările cibernetice. [8]

Competențele digitale:

Un alt obstacol major în implementarea administrației publice digitale este asigurarea că atât funcționarii publici, cât și cetățenii au competențele digitale necesare. Provocările aici sunt:

- Lipsa de instruire a funcționarilor publici: Mulți angajați din sectorul public nu au experiență în utilizarea tehnologiilor digitale sau nu sunt familiarizați cu noile platforme. Acest lucru poate duce la erori administrative sau la rezistență la schimbare.
- Lipsa competențelor digitale ale cetățenilor: Nu toți cetățenii sunt familiarizați cu tehnologia digitală, în special cei vârstnici sau din medii defavorizate. Aceștia pot întâmpina dificultăți în utilizarea serviciilor online, ceea ce le limitează accesul la aceste resurse.

Pentru a depăși aceste provocări, autoritățile trebuie să implementeze programe de formare continuă atât pentru funcționarii publici, cât și pentru cetățeni, asigurându-se că fiecare grup are acces la instruire adecvată. Programele educaționale trebuie să includă formarea pe teme de alfabetizare digitală, utilizarea platformelor guvernamentale și protecția online. [1]

Incluziunea digitală:

Un alt obstacol important este asigurarea că toate grupurile de cetățeni, inclusiv persoanele cu dizabilități și cei din zonele rurale, beneficiază de acces egal la serviciile digitale. Provocările sunt:

- Accesul limitat al persoanelor cu dizabilități: Platformele digitale trebuie să fie accesibile și pentru persoanele cu dizabilități fizice sau cognitive. Multe site-uri guvernamentale nu sunt optimizate pentru a fi utilizate de persoanele cu deficiențe de vedere, auz sau mobilitate. [14]
- Desigur, există un decalaj digital semnificativ între zonele urbane și cele rurale, unde infrastructura digitală este mai slabă sau inexistentă. Persoanele din aceste zone pot fi excluse

din accesul la servicii esențiale, precum educație, sănătate sau prestarea de servicii guvernamentale.

Pentru a asigura incluziunea digitală, guvernele trebuie să investească în dezvoltarea de platforme accesibile pentru persoanele cu dizabilități și să implementeze politici care să sprijine cetățenii din zonele defavorizate. [15]

Aceasta poate include subvenții pentru echipamente digitale, programe de alfabetizare digitală, și dezvoltarea de infrastructuri de internet în zonele izolate.

În concluzie, administrația publică digitală trebuie să facă față provocărilor legate de infrastructura digitală, securitatea cibernetică, competențele digitale și incluziunea digitală. Abordarea acestor provocări este esențială pentru a asigura o implementare reușită a administrației publice digitale, care să fie accesibilă, sigură și echitabilă pentru toți cetățenii. [2]

Evoluția rolului internetului și a site<sup>1</sup>-urilor web în comunicarea publică.

- Inițial, site-urile web ale instituțiilor publice aveau un rol limitat și erau utilizate în principal pentru a oferi informații statice, cum ar fi detalii de contact, informații despre structura instituțiilor, acte normative, reglementări sau anunțuri importante. Aceste site-uri erau de obicei simple, cu pagini de text și fișiere PDF, fără interactivitate semnificativă sau funcționalități suplimentare. Odată cu evoluția tehnologiei, site-urile web au devenit platforme interactive, care permit cetățenilor să acceseze servicii, să ofere feedback și să participe la dezbateri publice. [1]
- În perioada în care internetul a început să devină o resursă uzuală, majoritatea site-urilor instituțiilor publice aveau scopul de a furniza informații publice de bază într-un mod ușor accesibil.
- Internetul a transformat comunicarea publică dintr-un proces unidirecțional (de la instituție la cetățean) într-un proces bidirecțional (între instituție și cetățean). [14] , [19]
- Site-urile web și platformele de social media permit instituțiilor publice să interacționeze direct cu cetățenii, să răspundă la întrebări și să colecteze feedback.
- Site-urile web oferă instituțiilor publice posibilitatea de a publica informații de interes public, cum ar fi legi, hotărâri și bugete. [16]
- Aceasta sporește transparența și permite cetățenilor să monitorizeze activitatea instituțiilor publice.
- Site-urile web oferă posibilitatea de a oferi servicii online, scutind cetățenii de deplasări la sediile instituțiilor publice. [8]
- Aceste servicii includ plata taxelor, depunerea de cereri și obținerea de documente.

Evoluția rolului internetului și a site-urilor web în comunicarea publică a avut un impact semnificativ asupra modului în care informațiile sunt distribuite și accesate.

În ansamblu, internetul și site-urile web au transformat comunicarea publică, oferind oportunități noi, dar și provocări semnificative. [3] , [19]

Chiar dacă site-urile guvernamentale aveau un rol informativ esențial, existau mai multe limitări care reduceau eficiența lor:

- Accesibilitate redusă: Informațiile statice erau adesea greu de găsit, iar utilizatorii nu aveau opțiuni pentru a personaliza sau filtra conținutul în funcție de nevoile lor.
- Lipsa interactivității: Cetățenii nu aveau posibilitatea de a interacționa direct cu instituțiile sau de a realiza anumite proceduri online. Dacă aveau nevoie de o autorizație sau de o aprobare, de exemplu, trebuiau să se prezinte personal la birou sau să trimită cereri prin poștă . [2]
- Procese lente și birocratice: Completarea cererilor și obținerea de informații suplimentare implica adesea demersuri birocratice, iar sistemul digital nu sprijinea o soluționare rapidă sau eficientă.

<sup>1</sup> Un site web este un ansamblu de pagini web interconectate, găzduite pe un server și accesibile prin internet printr-o adresă unică (URL). Acesta poate conține text, imagini, videoclipuri, formulare interactive și alte elemente multimedia, având scopuri diverse, cum ar fi informarea, comunicarea, comerțul electronic sau divertismentul.

Pe măsură ce tehnologia a evoluat, și site-urile instituțiilor publice au început să se modernizeze pentru a răspunde mai bine nevoilor cetățenilor. Astfel, dincolo de furnizarea de informații statice, site-urile au început să adauge funcționalități mai interactive și eficiente :

- **Formulare electronice:** Cetățenii au început să poată completa formulare online pentru cereri, plăți sau alte servicii publice, evitând necesitatea de a se deplasa fizic la instituțiile publice.
- **Servicii online:** Odată cu digitalizarea proceselor administrative, instituțiile publice au început să pună la dispoziție servicii online, cum ar fi plata taxelor, depunerea declarațiilor fiscale sau solicitarea de acte de stare civilă.
- **Interactivitate:** Site-urile au început să includă funcționalități care permit cetățenilor să își urmărească cererile sau să primească actualizări în timp real despre stadiul acestora. În prezent, multe site-uri ale instituțiilor publice nu doar că oferă informații esențiale, dar și facilitează accesul la servicii complexe, precum:
- **Accesul la bazele de date publice:** Permite cetățenilor să acceseze date publice, cum ar fi informații despre licitații publice, procesele legale în desfășurare sau istoricul legislației.
- **Interacțiunea directă cu administrația:** Permite cetățenilor să transmită cereri online, să participe la consultări publice sau să aibă discuții directe cu funcționarii prin chat sau mesaje.
- **Sisteme de feedback și evaluare:** Acestea permit utilizatorilor să evalueze serviciile publice sau să ofere sugestii de îmbunătățire.

Chiar dacă multe site-uri publice s-au îmbunătățit considerabil, există în continuare provocări legate de:

- **Îmbunătățirea accesibilității:** Multe site-uri guvernamentale încă nu sunt complet accesibile persoanelor cu dizabilități (de exemplu, lipsa de compatibilitate cu software-ul de citire a ecranului pentru persoanele nevăzătoare).
- **Interoperabilitatea între instituții:** Site-urile diferitelor agenții guvernamentale nu sunt întotdeauna integrate, iar cetățenii trebuie să completeze multiple formulare pe platforme diferite pentru aceleași tipuri de servicii.
- **Actualizarea constantă a informațiilor:** Unele site-uri publice sunt încă dificil de actualizat și gestionat eficient, ceea ce poate conduce la informații învechite sau incorecte . [1]

Site-urile web ale instituțiilor publice au evoluat semnificativ de la simpla furnizare de informații statice la platforme interactive și complexe, care facilitează accesul cetățenilor la o gamă largă de servicii online. Această transformare este esențială pentru modernizarea administrației publice și pentru creșterea eficienței guvernamentale, dar necesită investiții continue în infrastructură digitală, securitate cibernetică și accesibilitate. [2]

Necesitatea transparenței și accesibilității în instituțiile publice reprezintă o piatră de temelie a unei administrații moderne și eficiente. Atât transparența, cât și accesibilitatea sunt esențiale pentru a construi o relație de încredere între autorități și cetățeni, precum și pentru a asigura buna funcționare a proceselor guvernamentale. Iată cum se dezvoltă aceste principii și cum influențează administrația publică. [4]

Transparența reprezintă deschiderea instituțiilor publice în ceea ce privește procesul lor decizional și activitatea lor cotidiană. Într-o administrație publică transparentă:

- **Informațiile sunt accesibile publicului:** Deciziile guvernamentale, bugetele, cheltuielile și procedurile administrative sunt clar comunicate, iar cetățenii pot înțelege cum sunt gestionate resursele publice.
- **Informațiile sunt actualizate și ușor de găsit:** Instituțiile publice trebuie să își publice periodic rapoartele, deciziile și acțiunile într-un format care să fie ușor accesibil pe platformele lor online. [13]
- **Mecanismele de feedback sunt implementate:** Cetățenii pot exprima opinii, pot trimite sesizări sau pot participa la consultări publice online, iar autoritățile trebuie să răspundă acestor solicitări într-un mod transparent.

Accesibilitatea se referă la faptul că cetățenii trebuie să poată accesa atât informațiile, cât și serviciile publice într-un mod eficient, indiferent de capacitățile lor fizice, cognitive sau tehnologice.

Aspecte cheie ale accesibilității includ:

- Designul site-urilor web guvernamentale: Aceste site-uri trebuie să fie structurate într-un mod intuitiv și să fie ușor de navigat. De asemenea, trebuie să aibă opțiuni pentru a mări fontul, a modifica contrastul și a naviga prin tastatura, pentru a facilita accesul persoanelor cu dizabilități de vedere.
- Limbajul utilizat: Instituțiile publice trebuie să adopte un limbaj clar și simplu în comunicările lor. Evitarea jargonului sau a limbajului tehnic poate ajuta cetățenii să înțeleagă mai bine informațiile.
- Formate alternative de conținut: Informațiile trebuie să fie disponibile și în formate accesibile, cum ar fi audiobooks, texte citibile de software-ul de citire a ecranului sau subtitrări pentru videoclipuri. În acest fel, persoanele cu dizabilități auditive, vizuale sau cognitive pot beneficia de aceleași informații.
- Funcționalități de căutare avansată pentru găsirea rapidă a informațiilor.
- Link-uri accesibile și butoane ușor de identificat.
- Site-urile trebuie să fie optimizate pentru acces de pe telefoane și tablete.
- Interfețele responsive asigură o experiență coerentă pe diferite dispozitive.
- Contrast adecvat între text și fundal pentru a ajuta persoanele cu deficiențe de vedere. [15]

Accesibilitatea are numeroase beneficii, printre care:

- Egalitatea de șanse: Toți cetățenii, indiferent de statutul lor social sau de condițiile de sănătate, trebuie să poată accesa aceleași informații și servicii. Acest lucru contribuie la o administrație publică mai echitabilă și incluzivă.
- Creșterea eficienței: Cetățenii care au acces facil la informații și servicii online economisesc timp și resurse, iar autoritățile publice pot procesa cererile mai rapid.
- Formularele online pot fi adaptate pentru navigare exclusiv prin tastatură pentru persoanele cu dizabilități motorii.
- Interfețele intuitive, tutorialele video și ghidurile pas cu pas pot facilita accesul la servicii pentru seniori.
- Centre de asistență digitală și linii de suport telefonic pot ajuta persoanele mai puțin familiarizate cu tehnologia.
- Platformele digitale permit procesarea automată a cererilor, eliminând erorile umane și accelerând răspunsurile. [17]

Accesibilitatea în administrația publică digitală aduce beneficii semnificative, de la creșterea eficienței și transparenței, până la îmbunătățirea relației dintre cetățeni și autorități. Implementarea unor soluții accesibile și incluzive nu doar că optimizează serviciile publice, dar și contribuie la dezvoltarea unei societăți mai echitabile, în care toți cetățenii au oportunități egale de a participa activ la viața publică. [7]

Îmbunătățirea relației cu cetățenii. Transparența și accesibilitatea sunt factori care contribuie direct la consolidarea relației dintre instituțiile publice și cetățeni.

O administrație transparentă și accesibilă:

- Sporește încrederea publicului: Atunci când cetățenii simt că au acces la informațiile relevante și pot urmări activitatea instituțiilor, ei sunt mai predispuși să aibă încredere în procesul guvernamental și să se implice activ.
- Facilitează colaborarea: Accesibilitatea și transparența permit cetățenilor să colaboreze mai ușor cu autoritățile, oferind feedback, propuneri sau sesizări. [8]
- Transparența și accesibilitatea informațiilor încurajează participarea cetățenilor în procesul decizional. [5], [6] Dacă cetățenii sunt bine informați și au acces la canale de comunicare cu autoritățile, aceștia sunt mai înclinați să participe activ în activități civice, cum ar fi:

- Consultările publice: Platformele online permit cetățenilor să participe la discuții despre politici sau proiecte legislative, oferind feedback sau sugestii care pot influența deciziile guvernamentale.
- Votul electronic și alte forme de implicare: Transparența procesului electoral și accesibilitatea sistemelor de vot electronic îmbunătățesc participarea cetățenilor în alegeri și referendumuri.
- Transparența și accesibilitatea sunt instrumente esențiale pentru a crește responsabilitatea instituțiilor publice față de cetățeni. [15]
- Instituțiile care sunt deschise și ușor accesibile sunt mai predispuse să își respecte angajamentele și să își îndeplinească sarcinile corect. [2]
- Răspunderea deciziilor publice: Când cetățenii au acces la informațiile complete despre acțiunile autorităților, aceștia pot evalua mai bine performanța instituțiilor și pot solicita justificări sau explicații atunci când este cazul. [3]
- Creșterea responsabilității financiare: Instituțiile publice care publică bugetele și rapoartele financiare în mod transparent sunt mai ușor de monitorizat de cetățeni, ceea ce reduce riscurile de cheltuieli ineficiente sau frauduloase.
- Când informațiile sunt ușor accesibile, cetățenii sunt mai bine informați despre drepturile și obligațiile lor. [4]
- Programele de educație digitală pot ajuta grupurile vulnerabile să dobândească competențele necesare pentru a folosi serviciile online.
- Crearea de conținut digital prietenos cu toate tipurile de utilizatori contribuie la o societate mai incluzivă.
- Persoanele din medii defavorizate au acces la aceleași oportunități ca și cele din zonele urbane dezvoltate.
- Persoanele cu deficiențe de vedere pot utiliza cititoare de ecran pentru a accesa informațiile.
- Persoanele cu deficiențe auditive beneficiază de subtitrări și transcrieri pentru conținutul audio și video.

Concluzii privind îmbunătățirea relației cu cetățenii prin accesibilitate digitală:

Creșterea încrederii în instituțiile publice – O administrație accesibilă și transparentă determină cetățenii să aibă mai multă încredere în autorități, deoarece informațiile și serviciile sunt ușor de accesat, iar procesele sunt mai clare. [1], [2].

Reducerea distanței dintre administrație și cetățeni – Prin digitalizare și accesibilitate, interacțiunea dintre cetățeni și instituțiile publice devine mai directă și mai eficientă, eliminând birocrația inutilă și oferind soluții rapide la problemele acestora. [3], [4].

Creșterea satisfacției cetățenilor – Serviciile digitale intuitive, accesibile și bine organizate reduc frustrarea și îmbunătățesc experiența utilizatorilor, ceea ce duce la un grad mai mare de satisfacție față de administrația publică. [13]

Încurajarea participării civice – Atunci când cetățenii au acces facil la informații și la platforme digitale de consultare, sunt mai predispuși să participe activ la luarea deciziilor și la viața comunității.

Eficientizarea comunicării – Canalele de comunicare digitale moderne (portaluri web, aplicații mobile, asistență online) facilitează un dialog mai rapid și mai eficient între administrație și cetățeni, reducând numărul de reclamații și îmbunătățind procesul de răspuns la solicitări. [2]

În concluzie, o administrație publică digitală accesibilă nu doar îmbunătățește eficiența serviciilor oferite, ci și consolidează relația dintre cetățeni și instituțiile publice, transformând interacțiunea cu autoritățile într-un proces mai simplu, mai rapid și mai transparent. [1], [2], [3], [4].

Prezentarea datelor statistice:

Tabel 1: Compararea site-urilor web ale instituțiilor publice

Caracteristică	Site web tip A	Site web tip B	Site web tip C
Funcționalitate	Bună	Medie	Limitată
Conținut	Actualizat	Parțial actualizat	Neactualizat
Design	Modern	Clasic	Depășit
Accesibilitate	Ridicată	Medie	Scăzută

Sursa: Comisia Europeană, "Raport privind e-guvernarea", 2023.

Compararea diferitelor tipuri de site-uri web:

Tabel 2: Utilizarea internetului în România (date statistice)

An	Procentul de utilizatori de internet	Procentul de utilizare a serviciilor online guvernamentale
2019	75%	30%
2020	80%	40%
2021	85%	50%
2022	90%	60%

Sursa: Institutul Național de Statistică (INSSE), "Utilizarea tehnologiei informației și comunicațiilor de către gospodării și persoane", diverse ani.

Prezentarea unui calendar al activităților de cercetare:

Tabel 3: Calendarul activităților de cercetare

Activitate	Perioadă
Elaborarea cadrului teoretic	Luna 1-2
Colectarea datelor	Luna 3-4
Analiza datelor	Luna 5-6
Redactarea raportului	Luna 7-8
Finalizarea lucrării	Luna 9

Sursa: Institutul Național de Statistică (INSSE), "Utilizarea tehnologiei informației și comunicațiilor de către gospodării și persoane"

Pentru a evidenția diferențele dintre diverse tipuri de site-uri ale instituțiilor publice, a fost realizată o comparație bazată pe mai multe criterii relevante precum funcționalitatea, actualizarea conținutului, designul și accesibilitatea. Tabelul 1 sintetizează aceste aspecte și oferă o imagine de ansamblu asupra nivelului de dezvoltare și calitate a prezenței online a administrației publice.

**Tabelul 1** prezintă o clasificare generică a trei tipuri de site-uri web utilizate de instituții publice. Se observă că site-urile de tip A sunt cele mai performante, cu o funcționalitate bună, conținut actualizat și un design modern, în timp ce site-urile de tip C prezintă numeroase deficiențe, fiind slab accesibile și având un conținut neactualizat.

În sprijinul acestei analize, datele statistice privind utilizarea internetului în România și accesarea serviciilor guvernamentale online sunt esențiale.

**Tabelul 2** reflectă evoluția procentului de utilizatori de internet din perioada 2019–2022, dar și gradul de utilizare a serviciilor publice digitale. Se remarcă o creștere constantă a ambilor indicatori, ceea ce subliniază necesitatea modernizării continue a platformelor digitale guvernamentale pentru a răspunde cerințelor cetățenilor.

Pentru structurarea procesului de cercetare, a fost realizat un calendar al principalelor activități. **Tabelul 3** oferă o prezentare succintă a etapelor desfășurate pe parcursul celor nouă luni de elaborare a lucrării. Activitățile au fost planificate astfel încât să permită o documentare riguroasă, o colectare eficientă a datelor și o analiză temeinică, urmate de redactarea și finalizarea lucrării.

## Capitolul 2. Rolul website-ului în cadrul relațiilor publice

Un serviciu public reprezintă activitatea organizată sau desfășurată de o autoritate a administrației publice, având scopul de a satisface nevoi sociale în interes public. Este important de menționat că nu toate nevoile sociale sunt și nevoi de interes public. [1]

Conceptul de serviciu public online se referă, în mod general, la orice activitate administrativă disponibilă cetățenilor prin intermediul platformelor digitale. [1]

Pentru a facilita accesul la informațiile și serviciile publice oferite de autoritățile administrației publice, a elimina procedurile birocratice și a simplifica metodele de lucru, dar și pentru a îmbunătăți schimbul de informații și calitatea serviciilor publice, precum și pentru a încuraja utilizarea Internetului și a tehnologiilor avansate în instituțiile publice, se recomandă implementarea interacțiunii bidirecționale pentru furnizarea, cel puțin, a următoarelor servicii electronice:

- **Taxe și impozite** (cuvânt cheie pentru standardizare – taxe): depunerea, notificarea și efectuarea plăților electronice pentru taxele și impozitele datorate de persoane fizice și juridice către bugetul de stat, bugetul asigurărilor sociale de stat, bugetul pentru șomaj, Fondul național unic pentru asigurări sociale de sănătate și bugetele locale;

- **Formulare online** (cuvânt cheie pentru standardizare – formulare): obținerea autorizațiilor sau certificatelor, completarea cererilor pentru certificatele de urbanism, autorizațiile de construcție sau desființare, completarea și transmiterea electronică a documentelor necesare eliberării autorizațiilor și certificatelor, efectuarea plăților prin intermediul canalelor electronice de plată, programarea pentru eliberarea acestora. [2]

Termenul de formular online desemnează un spațiu virtual alcătuit din mai multe câmpuri ce pot fi completate cu informații și trimise către un server pentru procesare.

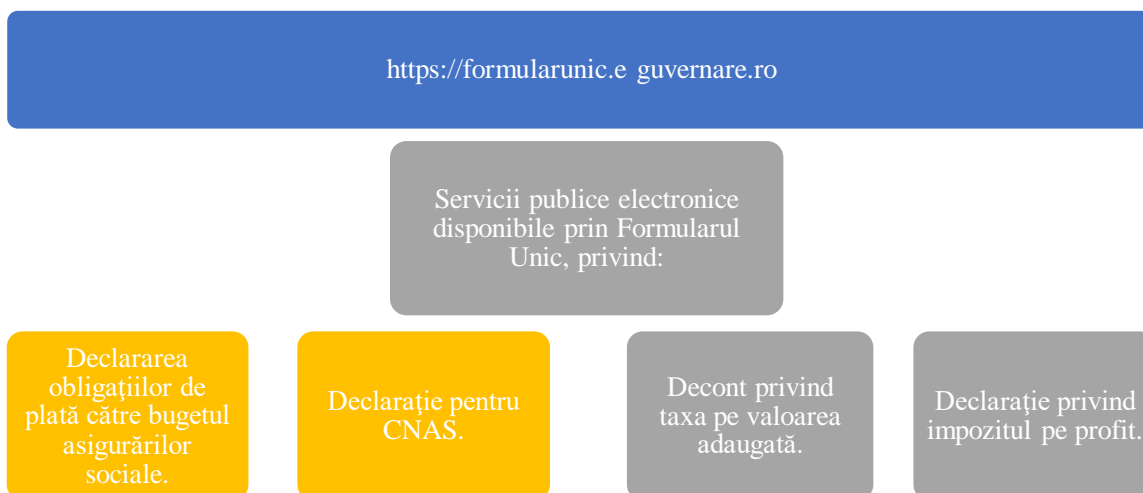
Acesta reprezintă echivalentul virtual al unui formular imprimat. Dacă sunt disponibile și alte servicii electronice, acestea vor include cuvântul cheie pentru standardizare – **servicii**.

În cadrul Sistemului Electronic Național, pot fi accesate pe Internet diverse servicii electronice de interes public. [2]

<a href="http://www.e-guvernare.ro">www.e-guvernare.ro</a>	•Sistem informatic de utilitate publică, care asigură accesul persoanelor fizice și juridice la serviciile și informațiile instituțiilor administrației centrale și locale. Funcționează în baza Legii nr. 161/19.04.2003.
<a href="http://www.e-licitatie.ro">www.e-licitatie.ro</a>	•Sistem electronic de achiziții publice, operat în scopul facilitării transparenței, corectitudinii și eficienței în domeniul achizițiilor publice.
<a href="http://www.autorizatiiauto.ro">www.autorizatiiauto.ro</a>	•Sistem electronic privind autorizațiile de transport internațional.

Sursa:Legea nr. 161/19.04.2003 privind unele măsuri pentru asigurarea transparenței în exercitarea demnităților publice, a funcțiilor publice și în mediul de afaceri, prevenirea și sancționarea corupției;

Ghid privind realizarea paginilor web pentru administrația publică central și locală din România, Emis de Ministerul Comunicațiilor și Tehnologiei Informațiilor, 2008, p. 10; [17]  
Serviciul cel mai utilizat în cadrul Sistemului e-Guvernare este cel prin care sunt puse la dispoziție formularele on-line:



Formularele online sunt extrem de utile într-o mulțime de contexte. Iată câteva dintre principalele avantaje și moduri în care ele ajută:

### 1. Eficiență crescută

- Reduc timpul de colectare a datelor – nu mai e nevoie de hârtie sau de introducere manuală ulterioară.
- Automatizează procese – trimiterea automată a răspunsurilor către baze de date, e-mailuri sau alte sisteme.

### 2. Accesibilitate

- Pot fi completate oricând și de oriunde, atât timp cât există acces la internet.
- Permite accesul ușor și rapid la servicii, fără deplasare fizică (de exemplu, pentru cereri, înscrieri, reclamații).

### 3. Reducerea erorilor

- Poți include validări (ex: „completează obligatoriu acest câmp”, „introdu un e-mail valid” etc.).
- Eviți interpretările greșite ale scrisului de mână.

### 4. Organizare mai bună a datelor

- Răspunsurile sunt stocate electronic, ușor de filtrat, căutat și analizat.
- Permite integrarea cu sisteme de gestiune, CRM, baze de date, etc.

### 5. Economii de timp și bani

- Nu mai e nevoie de imprimare, scanare sau transport fizic al documentelor.
- Personalul nu mai trebuie să introducă manual informațiile.

### 6. Flexibilitate

- Poți personaliza întrebările, logica (de ex., să apară întrebări doar în funcție de răspunsuri anterioare).
- Pot fi adaptate ușor pentru diverse scopuri: sondaje, cereri, feedback, comenzi etc.



În cadrul autorităților publice centrale și locale există dezvoltate o serie de servicii de utilitate publică.

Un exemplu îl reprezintă:

[www.ghiseul.ro](http://www.ghiseul.ro)

Portalul "Ghișeu virtual de plăți" asigură o modalitate rapidă de plată a debitorilor către stat (taxe, impozite, amenzi etc.) și totodată, transparență în furnizarea de informații și servicii publice, eficiența utilizării fondurilor publice, accesul egal, nediscriminatoriu la informații și servicii publice, confidențialitatea și garantarea protejării datelor cu caracter personal, asigurarea disponibilității informațiilor și a serviciilor publice.

### **Identificatori pentru instituțiile publice**

Conform Legii nr. 544/12.10.2001 privind liberul acces la informațiile de interes public, fiecare autoritate sau instituție publică are obligația să comunice, din oficiu, datele de contact ale acesteia.

Instituțiile publice sunt identificate printr-o serie de elemente caracteristice care trebuie să fie prezente, în funcție de caz, pe site-urile web oficiale. Acestea includ: denumirea „România”, stema României, steagul României, textul „Guvernul României”, stema localității sau județului, sigla instituției și/sau a autorității ierarhic superioare, denumirea instituției, sediul și localizarea geografică, harta cu amplasamentul autorității și sediilor acesteia, numerele de telefon, fax, adresa oficială de e-mail, precum și adresa oficială a paginii web.

Este esențial ca proporțiile și culorile emblemelor publice să fie respectate conform reglementărilor Legii nr. 75/16.07.1994 privind arborarea drapelului României, intonarea imnului național și utilizarea sigiliilor cu stema României de către autoritățile și instituțiile publice.

### **Rolul Website-ului în relațiile publice**

Un website reprezintă fundamentul oricărei acțiuni de marketing pe Internet. [3]  
Obiectivele unui site pot varia semnificativ de la o organizație la alta. [12]

Pentru unele entități, Internetul servește ca o piață de desfacere, în timp ce altele îl utilizează ca un canal de comunicare sau ca suport pentru strategiile lor de marketing.

Disponibil non-stop, website-ul poate include informații despre produse și servicii în cataloage online, instrucțiuni de utilizare, asistență online înainte și după achiziție, posibilități pentru utilizatori de a trimite sugestii și/sau reclamații și, în anumite cazuri, chiar opțiunea de a face comenzi.

Primul pas pentru orice organizație care dorește să adopte Internetul este să asigure o prezență online.

Prin intermediul unui site web, orice companie poate ajunge la milioane de utilizatori ai Internetului, având posibilitatea de a le transmite orice informații dorește. [5]

Pe de altă parte, o companie activă într-o rețea de comunicare beneficiază de numeroase avantaje semnificative, cum ar fi:

- Reducerea cheltuielilor pentru promovarea produselor, consolidarea imaginii organizației, atragerea de noi segmente de piață, vânzarea directă a produselor, facilitarea legăturilor cu clienții și furnizorii, creșterea fidelității clienților, obținerea de informații utile pentru cercetările de marketing, reducerea costurilor de operare a afacerii și obținerea unor răspunsuri rapide privind percepția publicului asupra noilor produse. De asemenea, poate fi un instrument puternic în cadrul relațiilor publice. [12]
- WebPR se referă la utilizarea interactivă a site-ului web al companiei în scopuri de comunicare. Orice organizație care dispune de un site are, implicit, o activitate de relații publice online, atâta timp cât există un nivel de interactivitate, feedback sau cel puțin un serviciu de tip FAQ (Întrebări frecvente). [4]
- Un site web care nu conține reclame, nu promovează vânzări sau nu face parte dintr-o platformă de comerț electronic poate fi considerat un instrument de relații publice.
- WebPR oferă multiple beneficii. În primul rând, permite o direcționare precisă a mesajelor către publicul țintă, deși nu înseamnă că relațiile publice se limitează doar la site-uri. În al doilea rând, datorită capacității sale de a distribui rapid informații, site-urile web permit reacții rapide și costuri mai reduse. [6]
- Informațiile pot fi actualizate constant, iar secțiunea de știri a site-ului devine un punct important pentru jurnaliști, aceștia având nevoie de un punct de vedere oficial al companiei în legătură cu diverse teme.
- De asemenea, site-urile web pot fi extrem de utile în gestionarea crizelor. [3]
- Site-urile care contribuie la o comunicare de marketing eficientă sunt cele care au o structură de tip broșură, furnizând informații despre produse și servicii fără a implica interactivitate. [4]
- Prezența online reprezintă un element esențial în procesul de realizare a unor campanii eficiente de relații publice online.

Astfel, pentru micile și mediile afaceri, o prezență online nu este doar un avantaj, ci o necesitate, mai ales dacă firma dorește să rămână competitivă pe piață sau să exporte produse dincolo de granițele locale. [6]

Principalele trăsături ale unui site web de succes sunt interactivitatea și transmiterea unor mesaje relevante de marketing legate de companie, produsele și imaginea acesteia. În transmiterea acestor mesaje, trebuie luate în considerare următoarele aspecte: [17]

- **Scopul.** Orice companie care dezvoltă un site trebuie să stabilească clar obiectivele și prioritățile. Procesul de creare nu ar trebui să înceapă decât după definirea acestora. [3]
- **Creativitatea.** Un site eficient, asemenea oricărui alt canal de comunicare, trebuie să aibă o idee creativă centrală care să atragă, să implice și să capteze interesul consumatorilor. Atragerea atenției potențialilor clienți devine un factor esențial în fața concurenței online. [4], [19]
- **Adresa.** Un site de succes trebuie să aibă o adresă ușor de reținut, fără litere duble sau caractere complicate, care să fie asociată cu numele firmei, al brandului, al produselor sau al serviciilor sale. În plus, trebuie să conducă spre un conținut funcțional, credibil și legal. [1]
- **Adresa site-ului** este crucială, deoarece aplicațiile de căutare automate, precum motoarele de căutare, selectează site-urile în funcție de cuvintele sau denumirile incluse în aceasta. [8]
- **Conținutul.** Acesta trebuie să fie actualizat constant și să fie bine țintit. Un site care nu se modifică niciodată nu va atrage vizitatori.
- **Structura** (flexibilă și intuitivă). Navigarea pe site trebuie să fie simplă și coerentă, având în vedere că în mediul digital accesul este nonlinear.
- Informațiile trebuie să fie organizate logic, cu detalii suplimentare plasate pe pagini secundare, astfel încât să câștige respectul vizitatorilor. [4]
- Dacă navigarea devine prea complicată, utilizatorii vor abandona site-ul în favoarea altora.
- **Funcționalitățile.** Utilizarea celor mai noi tehnologii este o tendință constantă în dezvoltarea site-urilor.

- **Unicitatea.** Cele mai bune site-uri aduc inovație în strategia lor de comunicare și marketing, oferind funcționalități și caracteristici care nu sunt disponibile în alte medii.
- **Consecvența cu brandul.** Unele site-uri afișează o imagine a brandului diferită față de ceea ce este promovat pe alte canale de comunicare.
- **Promovarea.** Un site necunoscut este echivalentul unui magazin într-o zonă izolată. Este esențial să se folosească diverse strategii de creștere a vizibilității, cum ar fi înregistrarea în motoarele de căutare, campanii publicitare cu bannere, și crearea de legături cu alte site-uri relevante pentru activitatea companiei. [2]
- **Profesionalismul, etica și credibilitatea.** Este important ca site-ul să fie conform cu standardele etice și să evite comparațiile mincinoase sau defăimarea altor companii, produse sau servicii. [1]
- Întrucât spațiul virtual este, prin natura sa, un loc de libertate de exprimare, trebuie să se țină cont de demnitatea și imaginea companiilor sau brandurilor atunci când se creează site-uri.
- **Costul.** Crearea unui site la un nivel profesional implică costuri semnificative și necesită cunoștințe tehnice avansate. [17]
- Tipul de conexiune la Internet reprezintă un factor important în calculul costurilor.
- În final, realizarea unui site trebuie privită ca o investiție, nu ca o cheltuială inutilă, având în vedere că se estimează că un site ar trebui să atragă clienți într-un termen de maximum șase luni.

### **Standardizarea accesului la paginile web ale instituțiilor publice și utilizarea simbolisticii oficiale**

Pentru uniformizarea accesului la informațiile disponibile pe site-urile web ale instituțiilor publice, este recomandat să se utilizeze linkuri definite prin cuvinte cheie.

Acestea vor structura informațiile principale ale site-ului web. Modelul standardizat va fi simplu și clar: [www.numa\\_site.ro/cuvant\\_cheie](http://www.numa_site.ro/cuvant_cheie). Aplicarea acestui sistem va asigura o navigare unitară pe site-urile publice, facilitând astfel un acces rapid la informații, indiferent de tehnologia utilizată. [4]

Accesul direct poate fi realizat prin crearea de subsite-uri virtuale pe server-ul web, structurate pe baza cuvintelor cheie. [1]

De asemenea, pentru autoritățile administrației publice centrale, se recomandă ca linkul [www.initiala\\_autoritate.gov.ro](http://www.initiala_autoritate.gov.ro) să redirecționeze utilizatorii către site-ul oficial al instituției respective.

### **Instrumentele fundamentale pentru construirea identității vizuale: numele, semnătura, logo-ul, simbolurile literelor, culorile și cartea grafică**

#### **Numele instituției (sigla)**

În sectorul public, conceptul de marcă se reflectă în imaginea pozitivă, notorietatea și reputația obținute prin furnizarea de servicii sau produse de înaltă calitate într-un domeniu specific, diferențiindu-se astfel de concurență. [17]

De exemplu, o școală sau un spital cu o reputație internațională poate fi un exemplu de instituție cu o imagine de marcă puternică. Astfel, conceptul de marcă se aplică și în cazul instituțiilor publice, care își construiesc imaginea prin încrederea oferită de serviciile lor.

Instituțiile publice au sigle formate prin inițialele mai multor cuvinte, de exemplu, M.D.R.A.P. – Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice. [18]

La fel cum sectorul privat creează o imagine favorabilă prin produsele și serviciile sale, sectorul public trebuie să pună în valoare serviciile și programele pe care le implementează, în scopul de a câștiga încrederea publicului. [1]

Adesea, însă, în dorința de a construi o imagine favorabilă, ambele sectoare riscă să neglijeze esența produselor sau serviciilor, concentrându-se excesiv pe percepția publicului. [17]

Mulți cetățeni sau consumatori sunt atrași de aparențe, ceea ce încurajează instituțiile să investească mai mult în crearea unei imagini seducătoare, decât în dezvoltarea substanțială a serviciilor propriuzise.

**Numele de marcă sau sigla (în sectorul public)** reprezintă identitatea sub care instituția își desfășoară activitatea sau sub care produsele și serviciile sale sunt recunoscute. [5]

**Numele de marcă** trebuie să lase o primă impresie pozitivă și, prin urmare, se recomandă să fie scurt (maximum 11 litere și 4 silabe), ușor de pronunțat și de memorat. De asemenea, este important să se țină cont de accentele lingvistice atunci când se creează o logică internațională pentru nume.

Marca reprezintă semnătura unei instituții și poate lua mai multe forme: logo-ul, semnătura corporativă și simbolul (logo-ul fiind un simbol). [17]

### **Semnătura organizației**

Semnătura reprezintă un slogan sau un grup de cuvinte selectate pentru a defini o instituție. Aceasta reflectă strategia de marcă și exprimă, în câteva cuvinte, valorile și scopurile organizației. Este deosebit de utilă atunci când se comunică o schimbare fundamentală de strategie. [2]

### **Avantaje ale semnăturii:**

- Semnătura reflectă poziționarea organizației.
- Contribuie la memorarea și recunoașterea mărcii, având unele semnături care rămân în memoria publicului pentru o perioadă lungă.
- Ajută la apropierea organizației de publicul său, favorizând crearea unei legături speciale cu marca.
- Semnătura (cunoscută și sub denumirea de slogan, frază de evocare, base-line, tagline sau claim) consolidează valoarea mărcii. [17]
- Permite definirea caracterului organizației, a naturii activității sale sau a calității serviciilor oferite. Ea susține marca printr-o descriere inteligentă, amuzantă, subtilă sau originală, lăsând o impresie memorabilă în mintea consumatorului.
- Adesea, semnătura sugerează un angajament al organizației față de clienți sau revendică o identitate, afișând o declarație de intenție, o profesie de credință, pentru a nu spune un strigăt de război (termenul „slogan” provine din cuvântul galez *sluagh-ghair*). [5]

### **Logo-ul – cartea de identitate vizuală a organizației**

Un logo reprezintă un element grafic, simbol sau icon care este creat pentru a reprezenta o organizație sau marcă într-o manieră autentică și adecvată personalității acesteia, fiind imediat recunoscut de public. [17]

Elementul grafic reflectă imaginea mărcii.

### **Logo-ul este:**

- Punctul de intrare al mărcii, fiind fundația programului de identificare vizuală.
- O opțiune eficientă și mai puțin costisitoare de comunicare pentru organizațiile care nu pot investi în publicitate, având un impact semnificativ asupra imaginii.
- Reprezintă personalitatea și identitatea firmei printr-un simbol sau formă, legitimând-o.
- Logo-ul conferă întreprinderii viață: este o dovadă a existenței sale, a vocației și competențelor sale, fiind un semn de recunoaștere și un instrument de identificare. [13]
- Termenul „logo” este derivat din „logotype”, care asociază cuvântul grecesc „logos” (însemnând discurs, cuvânt) cu „type” (tipar, stil al caracterelor). Astfel, logo-ul este adesea

percept ca un simbol vizual mai puternic decât numele și semnătura mărcii, făcând-o mai familiară și inspirând încredere consumatorilor. [18]

- Logo-ul creează o punte între întreprindere, produs/serviciu și consumator/utilizator. Odată acceptat, logo-ul este utilizat pe diverse suporturi interne (uniforme, accesorii, obiecte de semnalizare) și externe (hârtie de scris, cartonașe profesionale, ambalaje de produs, campanii publicitare, site-uri web etc.), scopul fiind ca publicul să poată identifica cu ușurință organizația și activitățile sale. [17]
- Logo-ul este un simbol, un vector de comunicare, având rolul de a reprezenta altceva decât propriul său sens. [17]
- Este o carte de identitate pentru organizație, un ansamblu de semne non-anodice, care au misiunea de a reprezenta identitatea unei organizații sau a unei mărci.

**Logo-urile** sunt mai mult decât simple desene sau schițe; sunt forme inspirate din trei figuri geometrice fundamentale, fiecare având semnificații diferite:

Tabel nr. 1 - Adaptat după Jézéquel, Gérard, 2012

Formă	Symbolism
Cercul	Armonie, comunicare, evoluție, mișcare, rotunjime, feminitate.
Pătratul	Stabilitate, forță, raționalitate, soliditate, durabilitate.
Triunghiul	Dinamism, acțiune, spiritualitate, finețe, inteligență, spirit, divinitate.

Sursa: Adaptat după Jézéquel, Gérard, 2012.

Instituția poate alege una dintre cele trei forme geometrice fundamentale, variantele acestora (precum ovalul sau dreptunghiul) sau o combinație între ele, pentru a obține o formă care să reflecte sensul dorit al mărcii. Formele pătrate, dreptunghiulare și triunghiulare sugerează masculinitatea, puterea și agresivitatea, în timp ce formele rotunde evocă feminitatea, plenitudinea, plăcerea și blândețea. [17]

#### Tipuri de logo:

- **Simple** – o tipografie distinctivă a literelor.
- **Expresiv** – utilizarea unei forme geometrice, a unui simbol sau a unei creații originale.

Logo-ul simplu se rezumă uneori doar la o tipografie personalizată, fără a include un simbol grafic. În schimb, logo-urile expresive utilizează forme geometrice (de exemplu, triunghiurile Citroen) sau simboluri (precum leul pentru Peugeot, pasărea pentru Accor sau crocodilul pentru Lacoste), chiar și creații originale. [17]

Logo-ul trebuie să transmită un mesaj simplu și clar, pentru a fi perceput rapid și ușor, deoarece nu se pretează unui mesaj complex. De aceea, designul său trebuie să fie simplu și eficient: câteva linii clare, o siluetă ușor de recunoscut și o cromatică bine aleasă. Protecția unui logo se realizează cel mai bine prin înregistrarea sa ca marcă depusă. [17]

#### Obiectivele logo-ului:

- Asigură recunoașterea organizației emitente.
- Contribuie la poziționarea acesteia pe piață.
- Valorizează și promovează marca.
- Unifică diversele entități ale organizației sub un simbol comun.

Logo-ul are ca obiectiv principal recunoașterea organizației de către un public larg. Acesta devine elementul central de identitate al organizației sau mărcii, fiind esențial în strategiile de comunicare vizuală. Logo-ul ajută organizația să se distingă de concurență, ceea ce îl face extrem de important. [17]

Un logo banal va dispărea în mulțimea altor semne vizuale, iar unul prea complex nu va fi memorabil. Astfel, un logo eficient trebuie să fie original și simplu.

Logo-ul reprezintă organizația în fața concurenței și este principalul instrument de promovare a mărcii.

De asemenea, logo-ul are rolul de a uni diversele divizii ale organizației sub același simbol, creând un sentiment de coeziune și apartenență. Această funcție este deosebit de utilă pentru organizațiile

care operează în sectoare diferite sau au filiale, fiind un mijloc de a transmite notorietatea organizației mamă către ramurile sale.

Logo-ul trebuie să reflecte realitatea instituțională, strategia și activitatea organizației, iar în cazul unei schimbări strategice, identitatea vizuală trebuie să evolueze pentru a o susține. [17]

Dacă strategia unei organizații se modifică, identitatea vizuală trebuie să o reflecte. În procesul de creare sau modernizare a unui logo, instituția va trebui să adopte un proces riguros și bine fundamentat. De regulă, aceasta va apela la o agenție de design (dacă resursele permit acest lucru). [6]

### **Identitatea literelor și a formatului lor**

Transpunerea personalității unei organizații în termeni vizuali se realizează prin alegerea caracterelor, culorilor și formelor potrivite. Fiecare cultură are propriile sale interpretări vizuale, dar există anumite constante în vestul lumii. [4]

Modul în care sunt scrise sau stilizate numele unei organizații sau ale unui brand, printr-o aranjare specială a literelor, joacă un rol important în formarea identității vizuale a acesteia. O ortografie distinctivă a literelor poate întări imaginea mărcii. [7]

Alegerea tipografiei trebuie să fie făcută cu atenție, pentru a capta atenția și a stimula interesul, menținând în același timp fidelitatea față de valorile fundamentale ale organizației. [5]

Tehnoredactarea unui text reprezintă, practic, identitatea grafică a literelor. Aranjarea acestora într-o ordine specifică reflectă caracterul organizației, atât în sens literal, cât și simbolic. De exemplu, mărci celebre, precum Sony, Cartier sau Arte, se bazează pe un logo ce constă doar în tipografia distinctivă, fără a utiliza imagini sau simboluri suplimentare. [1]

Un exemplu similar este motorul de căutare Google, care se distinge prin litere multicolore, fără alte elemente vizuale.

Caracterul gotic al literelor ziarului *Le Monde* este un exemplu de succes, beneficiind de un înalt grad de recunoaștere. Forma simplă a literelor contribuie semnificativ la consolidarea unei identități grafice puternice. Ansamblul elementelor vizuale (glyphes) din aceleași caractere creează un stil și un limbaj coerent. [2]

Este esențial ca identitatea literelor și formatul lor să fie alese astfel încât să reflecte valorile organizației. De exemplu, dacă dorim să exprimăm valori precum clasicismul, eleganța și armonia, tipografia Times New Roman ar fi o alegere potrivită. [5]

Prin urmare, înainte de a alege un set de caractere, este important să definim clar universul comunicării instituționale, valorile ce trebuie promovate prin imaginea sa. Ulterior, în funcție de aceste valori, se va selecta un set de caractere și glyphes, ținând cont de semnificațiile simbolice și vizuale pe care le evocă.

Varietatea de stiluri disponibile pentru caracterele din aceeași familie tipografică oferă posibilitatea alegerii unei forme distincte și originale pentru litere. [3]

Arta tipografică joacă un rol subtil în crearea unui legături între valorile instituției și aspectul literelor. [2]

Tabel nr. 2 - Valori și caracteristici tipografice

Trăsătură de comportament	Semn grafic corespunzător
Prestigiu	Înălțime
Stabilitate	Grosime
Rigoare	Lățime
Dinamism	Oblicitate ascendentă
Sociabilitate	Curbură
Agresivitate	Unghiuri
Fantezie	Bucle, întreruperi.

Alegerea unei familii de caractere trebuie să fie în acord cu domeniul de activitate al instituției. De exemplu, un set de litere simple și îngroșate este ideal pentru un lider din sectorul construcțiilor și lucrărilor publice. [5]

Dincolo de identificarea unui sector profesional, modul în care redactăm un text cu ajutorul formei literelor joacă un rol esențial în poziționarea față de concurență . [4]

O identitate vizuală bazată exclusiv pe stilul literelor conferă sobrietate și eleganță, punând în evidență numele organizației. Acest tip de design se potrivește perfect pentru profesiile liberale, cabinetele de consultanță și alte domenii care doresc să transmită un mesaj de prestigiu. Formatul literelor poate exprima o gamă variată de valori, în funcție de contextul ales.

Totodată, este important să ținem cont de faptul că unele forme de litere pot fi prea delicate pentru a fi imprimate pe anumite materiale. De asemenea, trebuie să ne asigurăm că stilul tipografic ales (precizat în cartea grafică) este corect instalat pe calculatoarele instituției respective. [7]

Tipografia și corpul literelor joacă un rol crucial în mesajul transmis de un logo: majusculele sugerează putere, agresivitate, forță și pot induce neliniște. În schimb, literele mici transmit căldură, calm, iar prin acest stil se inspiră simpatia și încrederea. Caracterele din alfabetul latin și arab simbolizează optimismul. [2]

Un exemplu elocvent este marca Coca-Cola, a cărei tipografie, deși tradusă în aproximativ 20 de limbi, rămâne imediat recunoscută datorită caracteristicilor sale distincte.

### **Simbolismul culorilor**

Culorile reprezintă un limbaj simbolic cu un puternic impact vizual. Fiecare culoare are atât calități pozitive, cât și negative, fiind purtătoare de mesaje ambivalente.

Percepția culorilor este instantanee, iar aceasta precede identificarea formei și lectura mărcii. [9] Astfel, pe stradă, observăm mai întâi culorile roșu și verde din logo-ul Auchan, înainte de a recunoaște pasărea și de a o lega de asocierea sa socială.

Culorile influențează comportamentul și starea noastră psihică. Personalitatea unei instituții poate fi intuitiv recunoscută prin culorile utilizate în logo-ul său. Fiecare culoare emite o atmosferă specifică, fie pozitivă, fie negativă. [17]

Prin înțelegerea simbolisticii culorilor, putem alege nuanțele care corespund cel mai bine personalității instituției. La fel ca în cazul altor elemente de identitate vizuală, selecția culorii depinde în primul rând de specificul activității și de valorile organizației. [5]

Nu există culori „bune” sau „rele”, însă fiecare culoare are o putere evocativă comună. Alegerea unei culori care reflectă esența dorită de brand va întări percepția organizației.

Pentru a atrage atenția, se pot alege culori calde (roșu, portocaliu, galben), care stimulează nervul optic. În schimb, culorile reci (albastru, verde, violet) sunt liniștitoare și inspiră calm și siguranță.

Culorile neutre (alb, gri, negru, bej) sunt folosite adesea ca nuanțe complementare, pentru a sublinia culoarea principală. [17]

Astfel, culorile adaugă o dimensiune expresivă și subtilă logo-ului, exprimând sentimente invizibile, în contrast cu semnele vizibile ale mărcii (cum ar fi numele și sigla). [7]

### **Logo-ul multicolor și utilizarea culorilor în designul vizual**

Este important de menționat că logo-urile multicolore sunt adesea riscante, mai greu de imprimat și mai costisitoare. De aceea, se recomandă utilizarea unei palete restrânse de culori, de obicei între una și trei culori. [17]

Când o organizație operează pe plan internațional, este esențial să ia în considerare simbolismul culorilor, având în vedere interpretările culturale variate ale acestora în diferite colțuri ale lumii. [7]

### **Carta grafică**

Carta grafică reprezintă un document esențial care stabilește regulile pentru utilizarea corectă a elementelor vizuale, precum logo-ul, culorile și tipografia, având scopul de a proteja și promova imaginea organizației. [17]

Aceasta garantează consistența și recunoașterea mărcii prin toate formele sale de reprezentare. Carta grafică reflectă strategia organizației și joacă un rol important în asigurarea unui impact rapid al noii imagini atunci când organizația se repoziționează sau adoptă o politică de comunicare diferită.

Este, de asemenea, un instrument care garantează uniformitatea imaginii organizației, asigurându-se că toate persoanele implicate (de la angajați la prestatori externi) respectă aceste reguli. Carta grafică trebuie să fie accesibilă și să poată fi distribuită tuturor celor implicați în reprezentarea vizuală a instituției, cum ar fi agențiile și colaboratorii externi, prin canale precum intranetul organizației. [17]

Acesta este un instrument necesar mai ales atunci când organizația face parte dintr-un grup economic sau are o dimensiune internațională.

### **Informații de interes public și transparența în guvernare**

Informația este un pilon al democrației, iar transparența în viața politică și în guvernare este esențială pentru încrederea cetățenilor în autorități. Lipsa de transparență reprezintă un obstacol major în construcția unei societăți democratice, unde cetățenii au dreptul să fie informați și să participe activ în procesele decizionale. [4]

Istoria ne arată că o guvernare proastă se bazează pe secretomanie, iar autoritarismul și lipsa transparenței duc inevitabil la proliferarea abuzului, corupției și ineficienței [3]. Totuși, chiar și guvernele democratice pot găsi motive pentru a ascunde informații, cum ar fi cele legate de securitatea națională sau de ordinea publică. În ciuda acestora, este esențial ca autoritățile să trateze informația nu ca pe o proprietate exclusivă, ci ca pe un bun public, de care cetățenii au dreptul să beneficieze. [18]

Accesul liber la informații de interes public este considerat un element fundamental al guvernării democratice, permițând cetățenilor să aprecieze corect acțiunile administrației și să participe informatic la procesul decizional. [6]

Informația de interes public include orice detalii legate de activitățile autorităților sau instituțiilor publice, iar dreptul cetățenilor de a accesa aceste informații este garantat prin lege, conform Constituției [4].

Autoritățile și instituțiile publice au obligația de a furniza informațiile solicitate de cetățeni, indiferent de format sau mod de prezentare [6].



### **Legea privind liberul acces la informațiile de interes public**

Adoptarea Legii privind liberul acces la informațiile de interes public reprezintă un progres semnificativ în creșterea transparenței instituțiilor publice, consolidând astfel democrația. Această lege a permis ca articolul 31 din Constituția României, care garantează dreptul cetățenilor de a accesa informațiile publice, să fie cu adevărat respectat . [1]

Legea nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public reglementează modalitatea prin care cetățenii pot solicita informații de la autoritățile și instituțiile publice (inclusiv regiile autonome). În acest context, autoritățile și instituțiile publice au obligația de a comunica din oficiu anumite informații esențiale pentru transparența administrativă și pentru asigurarea unui acces liber la informațiile publice. Aceste informații includ:

- Actele normative care reglementează organizarea și funcționarea autorității sau instituției publice.
- Structura organizatorică, atribuțiile departamentelor, programul de funcționare și programul de audiențe ale autorității sau instituției publice.
- Numele și prenumele persoanelor din conducerea autorității sau ale funcționarului responsabil cu difuzarea informațiilor publice.
- Coordonatele de contact ale autorității sau instituției publice, inclusiv denumirea, sediul, numerele de telefon, fax, adresa de e-mail și pagina de Internet.
- Sursele financiare, bugetul și bilanțul contabil al autorității sau instituției publice.
- Programele și strategiile proprii ale autorității sau instituției publice. [3]
- Lista documentelor de interes public și categoriile de documente produse și gestionate conform legii.
- Modalitățile de contestare a deciziei autorității în cazul în care solicitantul consideră că i-au fost încălcate drepturile de acces la informațiile solicitate. [4]

De asemenea, autoritățile și instituțiile publice trebuie să răspundă solicitărilor de informații publice în termen de maxim 10 zile (sau 30 de zile, în funcție de complexitatea cererii) de la înregistrarea acestora. În acest sens, informațiile de interes public pot fi puse la dispoziție prin compartimentul pentru relații publice sau prin persoanele desemnate pentru acest rol.

Pentru a asigura transparența, autoritățile trebuie să publice și să actualizeze în mod continuu un buletin informativ care să cuprindă aceste informații esențiale. Informațiile de interes public vor fi prezentate într-o formă accesibilă și concisă, facilitând astfel contactul persoanei interesate cu autoritatea sau instituția publică. [3], [17].

Astfel, legea garantează un acces liber și eficient al cetățenilor la informațiile de interes public, susținând democrația și responsabilizarea autorităților publice. [2]

### Capitolul 3. Pagina web a Primăriei Municipiului București

#### Prezentarea instituției și autoritățile Primăriei Municipiului București

Primăria Municipiului București reprezintă structura administrativă responsabilă cu implementarea hotărârilor Consiliului General al Municipiului București și cu punerea în aplicare a dispozițiilor Primarului General. Ea se ocupă cu gestionarea și rezolvarea problemelor curente ale comunității din capitală, având o activitate continuă, permanentă, pentru a răspunde nevoilor cetățenilor.

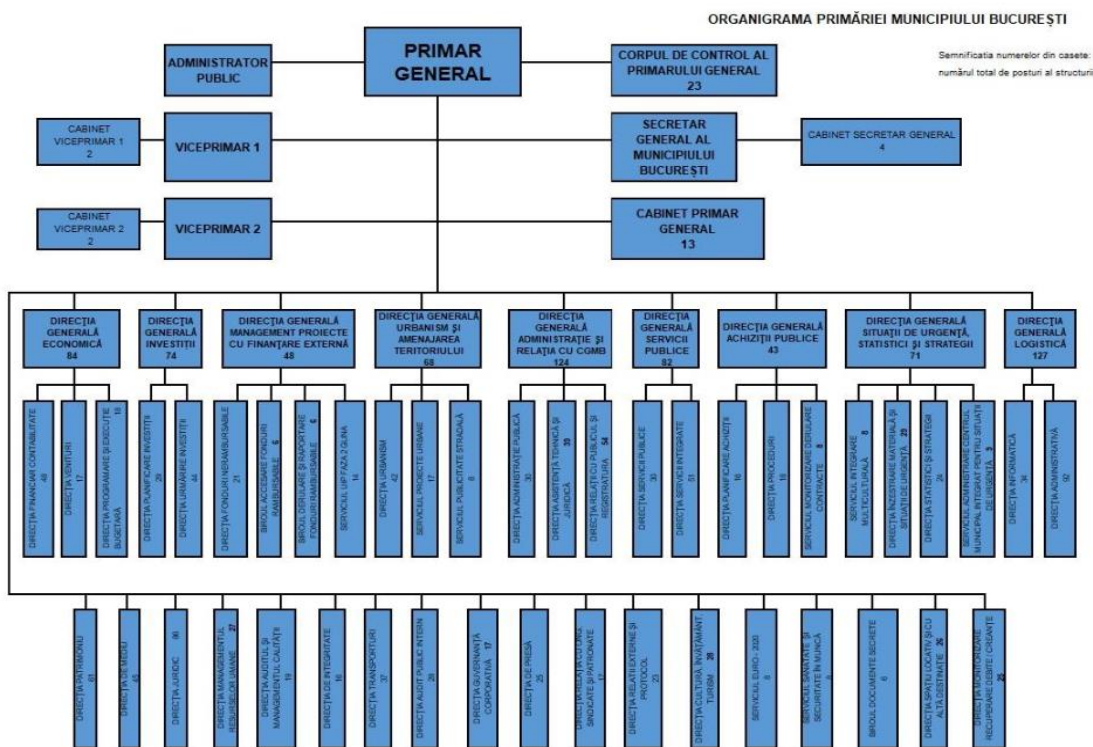
Activitatea Primăriei Municipiului București se desfășoară în conformitate cu Constituția României și legislația națională, stabilind relații funcționale atât la nivelul autorităților din subordinea sa, cât și între acestea, pentru a asigura o gestionare eficientă și corectă a problemelor locale. Aceasta are ca obiectiv principal satisfacerea nevoilor cetățenilor printr-o administrare eficientă a resurselor și a proceselor administrative.

Primăria Municipiului București se caracterizează prin orientarea sa spre cetățean, acest principiu constituind fundamentul activității instituționale. Organigrama Primăriei include Primarul General, Viceprimarii, Secretarul General al Municipiului București și echipele de specialiști din cadrul aparatului propriu. Împreună, aceștia formează un mecanism administrativ care pune în aplicare hotărârile Consiliului General al Municipiului București și reglementările stabilite de Primarul General. Acestea sunt esențiale pentru soluționarea problemelor curente ale populației din capitală.

Primarul General este figura centrală a administrației publice locale a municipiului București, având responsabilitatea de a conduce și controla atât administrația municipală, cât și aparatului propriu de specialitate al primăriei, respectând legislația în vigoare.

Structura organizatorică a Primăriei Municipiului București include mai multe compartimente, fiecare având atribuții specifice pentru buna funcționare a administrației publice. Detaliile privind aceste compartimente și atribuțiile lor sunt regăsite pe pagina oficială a instituției, care oferă informații clare și actualizate pentru cetățeni.

Figura nr.1-Structura organizatorică a Primăriei Municipiului București



Sursa: Pagina web [www.pmb.ro](http://www.pmb.ro)

## Strategii de comunicare la nivelul Primăriei Municipiului București

Receptivitatea administrației publice, în special a Primăriei Municipiului București, față de nevoile cetățenilor și ale companiilor, reprezintă un element esențial pentru eficiența și îmbunătățirea continuă a capacității administrației locale. O comunicare eficientă între autorități și public este fundamentală pentru implementarea corectă a politicilor și pentru menținerea unei relații de încredere cu cetățenii și cu actorii economici din capitală.

### Strategii de comunicare

Primăria Municipiului București trebuie să adopte strategii clare pentru a se adresa unui public larg, format atât din cetățeni, cât și din companii, organizații non-guvernamentale și alți actori sociali. Comunicarea în acest context nu se rezumă la promovarea „produselor” sau a „mărcilor” instituționale, ci vizează consolidarea imaginii instituției și promovarea rolului acesteia în viața comunității.

După părerea mea, pentru a realiza obiectivele propuse, strategia de comunicare a Primăriei Municipiului București poate fi împărțită în două direcții principale, care sunt complementare și interdependente:

- **Strategia de comunicare instituțională:** Aceasta include mai multe componente esențiale, cum ar fi publicitatea instituțională, comunicarea financiară și mecenatul. Scopul este de a întări relația Primăriei cu cetățenii și cu diferitele organizații din sectorul public și privat, promovând transparența și accesibilitatea instituției. Este important ca autoritățile locale să fie percepute ca fiind accesibile, responsabile și transparente, oferind informații clare și utile referitoare la activitatea instituției.
- **Strategia de comunicare internă:** Se referă la modalitățile prin care Primăria își informează angajații, creând o atmosferă internă de colaborare și eficiență. O comunicare internă eficientă asigură coeziunea echipei și contribuie la îndeplinirea obiectivelor instituționale. De asemenea, acest tip de comunicare facilitează schimbul de informații între departamentele Primăriei și între autoritățile locale, îmbunătățind astfel capacitatea de reacție și implementare a deciziilor administrative.

În acest sens, strategia de comunicare a Primăriei trebuie să includă atât elemente de promovare externă, cât și instrumente pentru gestionarea comunicării interne. Astfel, aceste două tipuri de strategii se completează și se susțin reciproc, având ca scop creșterea eficienței administrației și consolidarea relațiilor cu publicul.

### Tabel de susținere a ideii

Am preluat un tabel din literatura de specialitate care susține această abordare duală a strategiei de comunicare, detaliind aspectele principale ale fiecărei strategii și modul în care acestea contribuie la obiectivele generale ale administrației publice locale. (Tabelul ar trebui să prezinte, de exemplu, diferențele dintre comunicarea internă și cea externă, dar și obiectivele și instrumentele specifice fiecărei strategii).

Figura nr.2 - Sunt reprezentate strategiile de comunicare pe care le poate adopta Primăria Municipiului București ([www.editura.comunicare.ro](http://www.editura.comunicare.ro)).



Într-adevăr, formularea și existența mai multor strategii de comunicare în cadrul Primăriei Municipiului București nu trebuie să conducă la o divizare rigidă a acestora în comunicare instituțională, internă și comercială. Este esențial ca toate aceste strategii să fie integrate într-o viziune unitară și coezivă, având în vedere că, adesea, mijloacele tehnice folosite sunt aceleași, iar publicul țintă poate fi similar sau chiar identic în anumite situații.

În acest sens, sunt de acord cu ideea că dezvoltarea funcției de „director de comunicare” în cadrul Primăriei Municipiului București ar trebui să fie un pas important pentru coordonarea și integrarea strategiilor de comunicare. Rolul acestuia ar fi să asigure nu doar formularea strategiilor, ci și să garanteze coerența între ele, astfel încât instituția să transmită un mesaj unitar și clar, care să fie perceput corect de public.

### **Definirea strategiei de comunicare**

Strategia de comunicare a Primăriei Municipiului București trebuie să fie un document dinamic, care să țină cont de evoluția mediului intern și extern și să stabilească pașii de urmat pentru următorii 3-5 ani. Aceasta presupune alegerea și definirea elementelor fundamentale care vor ghida comunicarea instituțională:

- **Imaginea dorită a fi transmisă și mesajul general:** Primăria trebuie să decidă ce imagine dorește să proiecteze în fața publicului și ce mesaje vor fi principalele vehicule ale comunicării instituționale. Aceste mesaje trebuie să fie corelate cu valorile instituției, precum transparența, eficiența și receptivitatea.
- **Axe de efort și ierarhizarea acestora:** Strategia trebuie să detalieze care sunt domeniile prioritare și cum se vor împărți resursele pentru a asigura o comunicare eficientă. Este esențial să se stabilească ce publicuri sunt vizate de fiecare tip de comunicare (internă, externă, publicitară etc.), și cum se va integra fiecare în strategia generală.
- **Mijloacele media utilizate:** Alegerea și utilizarea eficientă a mijloacelor de comunicare sunt cruciale pentru atingerea obiectivelor. Primăria trebuie să stabilească dacă va recurge la campanii instituționale, acțiuni directe pentru anumite segmente de public sau colabora cu presa pentru a transmite mesajele instituției.
- **Articularea și coerența comunicării:** Diferitele tipuri de comunicare (exterioară, internă, publicitară etc.) trebuie să fie bine integrate și coerente. Este important ca fiecare mesaj transmis să fie în concordanță cu obiectivele strategiei generale, asigurându-se astfel că publicul nu este confundat de informații contradictorii sau incoerente.

### **Imaginea Primăriei Municipiului București**

Primăria Municipiului București trebuie să își construiască o imagine bazată pe transparență, disponibilitate și eficiență, având ca obiectiv claritatea în comunicarea cu cetățenii și companiile. Instituția trebuie să fie văzută ca un actor activ în procesul de luare a deciziilor, care ascultă și răspunde prompt solicitărilor venite din partea comunității.

### **Principiile fundamentale ale comunicării Primăriei:**

- **Transparența:** Este esențial ca Primăria să furnizeze informații clare și obiective în timp util, cu excepția cazurilor care implică confidențialitate, demonstrând astfel angajamentul față de deschiderea instituțională.
- **Disponibilitatea și receptivitatea:** Primăria trebuie să fie mereu dispusă să răspundă rapid la solicitările cetățenilor, demonstrând astfel o comunicare proactivă și deschisă. Acest aspect implică și o comunicare constantă cu publicul pentru a identifica problemele și a răspunde corespunzător.
- **Eficiența:** Este important ca Primăria să utilizeze resursele disponibile într-un mod optim, urmărind să atingă obiectivele într-un timp rezonabil și cu un impact maxim asupra comunității.

### **Crearea și promovarea imaginii pozitive**

În concluzie, Primăria Municipiului București trebuie să se ghideze de o strategie clară de comunicare pentru a promova o imagine pozitivă, bazată pe transparență, disponibilitate și eficiență. Strategia trebuie să fie susținută de acțiuni concrete de Relații Publice și comunicare externă și internă, iar resursele disponibile trebuie alocate strategic pentru a maximiza impactul.

Aceste principii și direcții ar trebui să formeze fundamentul unei strategii de comunicare solide, care să asigure Primăriei un rol activ și apreciat în comunitatea bucureșteană.

Strategia de comunicare reprezintă un proces complex prin care autoritatea publică caută să sensibilizeze și să implice opinia publică, având ca scop principal sprijinirea cetățenilor – beneficiarii finali ai serviciilor publice.

Prin intermediul comunicării, autoritatea publică urmărește crearea unei relații de proximitate cu cetățenii. Acesta intră în dialog cu ei pentru a înțelege mai bine nevoile și dorințele acestora, iar comunicarea devine astfel un instrument esențial în cadrul administrației publice.

În procesul de comunicare, relația dintre funcționarul public și cetățeni joacă un rol central în activitatea administrației. Funcționarul (emisătorul) și cetățeanul (receptorul) au obiective clare: funcționarul trebuie să informeze, să convingă, să ghideze și să capteze interesul, în timp ce cetățeanul trebuie să fie atent, să înțeleagă și să rețină mesajele transmise.

Comunicarea cu cetățenii se poate face prin diverse canale: sesiuni de informare, dezbateri publice, activități educaționale, concursuri, publicații proprii, afișaje, precum și prin transmiterea de informații diverse, în formă scrisă sau orală, către și dinspre structurile administrative. De asemenea, schimbul de informații între conducerea instituției și subalterni constituie o parte esențială a procesului managerial.

Comunicarea în cadrul Primăriei Municipiului București este un aspect crucial al funcționării instituției. În organizație se manifestă diverse tipuri de comunicare – verticală, orizontală și oblică – iar autoritățile publice din funcțiile de conducere joacă un rol similar cu cel al managerilor dintr-o organizație privată. De aceea, este important ca activitățile de comunicare să fie gestionate într-un mod eficient, de tip managerial, pentru a asigura performanța instituțională.

Comunicarea managerială în Primăria Municipiului București are particularități specifice, determinate de scopurile, obiectivele și funcțiile acesteia, de structura organizațională și de cultura instituțională. Ea urmează un set de norme etice care sunt reflectate atât în politica organizațională, cât și în comportamentul individual al funcționarilor publici din funcții de conducere.

Un funcționar public competent nu comunică la întâmplare, ci se aliniază la o strategie clară, care are rolul de a crea o imagine pozitivă a Primăriei. Această imagine este măsurată, de exemplu, prin succesul electoral obținut de administrația aflată la putere, ceea ce subliniază importanța unei comunicări bine gândite și coerente.

Autoritatea publică, în calitate de manager, trebuie să asigure că deciziile sale sunt implementate corect, iar acest lucru este posibil doar printr-o comunicare constantă cu cei care le execută. În acest fel, executanții înțeleg ce au de făcut, când și cum, și pot transmite feedback-ul necesar pentru îmbunătățirea proceselor.

În cadrul Primăriei Municipiului București, însă, comunicarea poate întâmpina dificultăți din cauza excesului de birocrație. De multe ori, informațiile parcurg prea multe nivele ierarhice înainte de a ajunge la destinatari, ceea ce îngreunează fluxul de informații și întârzie procesul decizional.

Adesea, funcționarii din pozițiile superioare sunt lipsiți de informațiile relevante de care au cu adevărat nevoie, fiind copleșiți de rapoarte interminabile care nu aduc valoare adăugată.

O comunicare eficientă ar trebui să evite aceste situații, renunțând la metodele inutile și costisitoare (din punct de vedere al timpului), care îngreunează luarea deciziilor și soluționarea problemelor.

Uneori, comunicarea este deficitar realizată din cauza unui sistem de comunicare rigid. Consider că sistemul de comunicații ar trebui conceput ca un organism dinamic, capabil să se adapteze rapid nevoilor informaționale ale funcționarilor publici.

Scopul comunicării manageriale în cadrul Primăriei Municipiului București este asigurarea unei informări corecte, eficiente și clare, atât pe verticală, cât și pe orizontală, pentru a răspunde în mod optim cerințelor electoratului și a respecta politicile instituției.

În acest context, procesul de comunicare managerială trebuie să răspundă nevoilor fundamentale ale oricărui funcționar: nevoia de a cunoaște (informațiile necesare pentru îndeplinirea sarcinilor), nevoia de a înțelege (pentru a ști nu doar cum să facă un lucru, ci și de ce trebuie să-l facă), și nevoia de a se exprima (pentru a-și adresa opiniile către nivelele superioare de conducere).

Aceste nevoi ale funcționarilor publici trebuie corelate cu anumite condiții esențiale pentru o comunicare eficientă: formularea clară și concisă a mesajului, transmiterea rapidă și nedeformată a informațiilor, fluiditatea și reversibilitatea comunicării, descentralizarea procesului decizional și flexibilitatea sistemului de comunicare, care trebuie să permită adaptarea la orice situație nouă.

Coordonarea activităților presupune o comunicare eficientă pentru a raționaliza și simplifica munca funcționarilor publici, evitând suprapunerea atribuțiilor și paralelismul în desfășurarea activităților. Consider că importanța acordată comunicării la nivelul Primăriei Municipiului București este reflectată și în procesul de documentare pentru elaborarea actelor administrative.

Rolurile informaționale se referă la capacitatea autorităților publice de a colecta, monitoriza, prelucra, sintetiza și transmite informațiile necesare (de obicei realizate de Direcția de Relații Publice). În schimb, rolurile decizionale vizează capacitatea de a rezolva disfuncționalitățile, alocarea resurselor și negocierea, și sunt realizate de toți funcționarii de conducere la diferite nivele ierarhice.

În prezent, se pune un accent deosebit pe comunicarea externă cu cetățenii, companiile, asociațiile și alți actori cu care Primăria Municipiului București colaborează. În acest domeniu, tehnologia joacă un rol semnificativ, iar impactul sistemului digital se regăsește atât în comunicarea internă, cât și în cea externă.

Cetățenii trebuie informați despre procesul de adoptare a deciziilor, elaborarea și aprobarea bugetelor locale, utilizarea fondurilor și colectarea veniturilor. Chiar dacă, în tumultul vieții cotidiene, cetățenii pot părea nepăsători, iar educarea lor în domeniul administrativ poate părea o provocare, acest demers nu este fără rost, chiar dacă este dificil.

Astfel, participarea cetățenească în cadrul Primăriei Municipiului București trebuie să depășească stadiul declarativ și să devină un element coerent și constant al unei democrații sănătoase.

În opinia mea, cetățenii trebuie să aibă oportunitatea de a participa activ la procesul decizional, devenind jucători, nu doar spectatori în cadrul democrației, având dreptul de a-și exprima punctul de vedere referitor la actele normative și deciziile administrative.

Lipsa transparenței decizionale, alături de alte deficiențe în procesul de reglementare, conduce la o scădere semnificativă a încrederii publicului în autoritatea și relevanța actelor normative. Absența consultărilor prealabile face ca reglementările să fie adesea modificate sau înlocuite, ceea ce generează instabilitate legislativă și nu oferă siguranța necesară unui cadru legal stabil în România.

Consider că implementarea efectivă a principiului transparenței ar contribui la o mai mare încredere în legi și reglementări, în măsura în care acestea ar fi adoptate cu consultarea celor interesați. Creșterea încrederii în cadrul legislativ va duce la un respect mai mare față de lege, având un impact pozitiv asupra dezvoltării economice și asupra consolidării relațiilor de cooperare între instituții și cetățeni.

În cadrul Primăriei Municipiului București, autoritățile publice sunt obligate, în conformitate cu competențele lor, să asigure informarea corectă a cetățenilor cu privire la treburile publice și la problemele de interes personal. Potrivit articolului 7 alin. 1 din Legea nr. 544/2001 privind accesul

liber la informațiile de interes public, autoritățile și instituțiile publice trebuie să răspundă în termen de 10 zile la solicitările de informații publice, sau, în cazuri mai complexe, în maximum 30 de zile.

Astfel, transparența decizională presupune o interacțiune între două părți: instituția Primăriei Municipiului București și cetățeanul, beneficiarul serviciilor oferite de această instituție. Calitatea serviciilor publice trebuie să fie îmbunătățită continuu în funcție de contextul social, economic și politic.

Scopul transparenței decizionale este acela de a obliga autoritățile locale, inclusiv cele din Primăria Municipiului București, să facă publice proiectele de reglementări înainte ca acestea să fie adoptate. Reglementările propuse sunt prezentate în faza de proiect, iar persoanele fizice sau juridice pot formula sugestii și recomandări cu privire la acestea. Aceste sugestii sunt analizate de autoritățile inițiatoare, care decid asupra includerii lor în versiunea finală a reglementărilor.

Beneficiile transparenței decizionale sunt evidente atât pentru administrație, cât și pentru cetățeni. Administrația publică poate obține informații suplimentare gratuite privind sectoarele de activitate vizate de reglementările propuse și poate evita posibile dificultăți de implementare, iar cetățenii au posibilitatea de a-și adapta activitățile din timp la cerințele ce urmează a fi impuse.

Chiar dacă în ultimii ani accesul la informațiile de interes public a devenit o prioritate la nivelul instituțiilor publice, cel puțin la nivel declarativ, încă există probleme legate de lipsa unui sistem informațional complex și complet, capabil să furnizeze informații complete și suficiente persoanelor interesate.

În ceea ce privește legislația, dreptul de a accesa informațiile de interes public este garantat de Legea nr. 544/2001, care promovează un guvernament deschis și responsabil față de cetățean, respectând dreptul acestuia de a fi informat cu privire la deciziile administrației publice și utilizarea fondurilor publice.

Deși efectele măsurilor implementate pe termen scurt și mediu au condus la o reducere a timpilor de așteptare și la furnizarea rapidă și gratuită a materialelor informaționale, pentru optimizarea procesului de reducere a birocrăției sunt necesare propuneri concrete din partea funcționarilor publici, care să contribuie la îmbunătățirea cadrului legal și procedural. Aceste propuneri ar trebui colectate și centralizate pentru a deveni baza unor eventuale inițiative de modificare a legislației.

Deși România beneficiază de o legislație modernă privind accesul cetățenilor la informațiile de interes public, aplicarea acesteia rămâne uneori îngreunată de reprezentanții instituțiilor publice. În multe cazuri, administrațiile publice refuză comunicarea informațiilor, adesea din dorința de a ascunde activitățile desfășurate, costurile acestora sau eficiența și utilitatea lor.

Se poate observa că, în numeroase cazuri, persoanele aflate în funcții de conducere într-o instituție publică nu își exercită prerogativele decizionale doar în beneficiul comunității și al cetățenilor, ci și în interes propriu. Datorită atribuțiilor pe care le au, aceștia pot redirecționa fonduri bugetare către indivizi cu care întrețin relații personale, pot favoriza sau, dimpotrivă, pot împiedica activitatea unui operator economic sau exercitarea unui drept sau interes legitim de către un cetățean. În acest mod, indivizii se pot simți obligați să apeleze la „bunavoința” decidentului – adesea un funcționar public – ceea ce creează un mediu propice pentru dezvoltarea și consolidarea corupției.

Din această cauză, conducerea instituțiilor publice, respectiv persoanele cu putere decizională, încearcă adesea să evite transmiterea informațiilor de interes public și să mențină secretul cu privire la activitățile instituției, protejând astfel propriile lor interese.

În acest context, exemplific în continuare cu un raport anual privind accesul la informațiile de interes public, conform Articolului 27, Aliniatul 1 din Legea nr. 544/2001, referitor la activitatea Primăriei Municipiului București pe anul 2020.

Tabel nr.1 -Raport anual privind accesul la informații de interes public

NR.CRT	DENUMIRE	NR. SOLICITĂRI	OBSERVAȚII
<b>1</b>	<b>Domenii de interes:</b>		
	-copii documente de interes public – informații despre taxe și impozite locale;	231	
	- informații despre bugetul PMB;	112	
	-informații despre transportul public din Capitală;	52	
	- informații despre programul de contorizare;	62	
	- ordinea de zi a ședințelor CGMB;	12	
	-programul PMB în privința câinilor comunitari;	4	
	-informații privind documentația necesară pentru rezolvarea unor probleme ce țin de PMB;	23	
	-lista clădirilor cu risc seismic din București;	2	
	-lista documentelor produse și/sau gestionate de PMB;	52	
	-informații solicitate de petenți în format electronic care nu sunt de competența PMB.		
<b>2</b>	Numărul total de solicitări de informații de interes public	550	
<b>3</b>	Număr de solicitări rezolvate favorabil	394	
<b>4</b>	Număr de solicitări respinse	7	Motivația pentru care au fost respinse: -informațiile solicitate nu erau de interes public (ex. Solicitări de informații despre dosare depuse în baza Legii nr. 10/2001); -informațiile solicitate nu erau de competența PMB; - informații despre domenii care au fost de competența PMB și care au trecut în domeniul de activitate al primăriilor de sector; -informații inexistente.
<b>5</b>	Număr de solicitări adresate:	121	



	- în scris	
6	Număr de solicitări adresate	280
	- pe suport electronic	
7	Număr de solicitări adresate	368
	de persoane fizice	
8	Număr de solicitări adresate	33
	de persoane juridice	
9	Număr de reclamații	20
	administrative:	
	-rezolvate favorabil	0
	-respinse	20
10	Număr de plângeri în	6
	instanță	
11	Costurile totale ale Direcției	0
	Relații Publice și Informare	
12	Sumele totale încasate	0
	pentru serviciile de copiere a	
	informațiilor de interes	
	public solicitate	
13	Numărul estimativ de	1200
	vizitatori ai punctului de	
	informare – documentare	

Acest raport și numărul considerabil al cererilor de informații de interes public în decursul unui an subliniază încă o dată deficiențele sistemului de comunicare existent între administrația Primăriei Municipiului București și persoanele fizice sau juridice.

Chiar și în cadrul acestui raport oficial, numărul total de 550 de cereri nu se corelează cu numărul cererilor rezolvate sau respinse, care însumează 401. Din această discrepanță, se poate concluziona că un număr de 149 de cereri nu au fost soluționate, nici pozitiv, nici negativ.

Situația solicitărilor privind accesul la informațiile de interes public, conform Legii nr. 544/2001, pentru anii 2019-2020 (cu albastru pentru 2019 și cu vișiniu pentru 2020), este ilustrată în graficul următor:



Graficul nr. 1 - Situația solicitărilor privind accesul la informațiile de interes public

Într-adevăr, site-ul oficial al Primăriei Municipiului București ar trebui să ofere nu doar acces la informațiile de interes public, dar și o experiență mai prietenoasă și eficientă pentru cetățeni.

Îmbunătățirea accesului la informații și servicii printr-o interacțiune bidirecțională este esențială pentru eficiența administrației publice și creșterea transparenței. Acesta nu doar că ar facilita procesul administrativ, dar ar contribui la un schimb de informații mai clar și mai rapid între administrație și cetățeni.

În plus, simplificarea proceselor de căutare a formularelor și a documentelor importante, cum ar fi cererea tip și reclamația administrativă, poate reduce semnificativ timpul de așteptare și poate îmbunătăți gradul de satisfacție al cetățenilor. Aceste formulare ar trebui să fie ușor accesibile și vizibile pe site, fără a necesita parcurgerea întregului site pentru a le găsi.

În ceea ce privește comunicarea dintre administrație și cetățeni, este crucial ca Primăria să nu se limiteze doar la oferirea de informații, ci și să promoveze o campanie activă care să încurajeze cetățenii să participe la viața publică. O astfel de abordare poate duce la identificarea mai rapidă a problemelor comunității și la dezvoltarea unor soluții eficiente care să răspundă nevoilor reale ale cetățenilor.

Legislația existentă, cum ar fi Legea nr. 554/2004 privind contenciosul administrativ, impune pași prealabili în soluționarea litigiilor, ceea ce poate complica procesul de contestare a deciziilor administrației. Însă, prin îmbunătățirea transparenței și a comunicării între administrație și cetățeni, numărul acestor conflicte juridice ar putea scădea, iar deciziile administrative ar fi mai bine fundamentate și mai conforme cu drepturile cetățenilor.

Astfel, o administrație publică care utilizează în mod eficient tehnologia și promovează un dialog constant cu cetățenii poate contribui semnificativ la reducerea birocratizării, la creșterea transparenței și la îmbunătățirea serviciilor publice oferite comunității.

Aplicarea principiului transparenței în administrația publică, așa cum este reglementată de Legea nr. 554/2004 a contenciosului administrativ, joacă un rol crucial în consolidarea încrederii cetățenilor în instituțiile publice și în creșterea respectării legilor. Când legile și reglementările sunt adoptate cu consultarea celor interesați, aceasta nu doar că asigură o mai bună adaptare a deciziilor la nevoile comunității, dar contribuie și la dezvoltarea unui climat de cooperare între administrație și cetățeni, esențial pentru funcționarea unei societăți democratice.

În ceea ce privește analiza cadrului legal în care Primăria Municipiului București își desfășoară activitatea, este evident că o astfel de abordare este necesară pentru o evaluare obiectivă a modului în care instituția își îndeplinește funcțiile și răspunde provocărilor comunității. Acest lucru ajută nu doar la înțelegerea corectă a mecanismelor interne, dar și la identificarea unor posibile îmbunătățiri în administrarea serviciilor publice.

Abordarea sistemică, care vizează integrarea tuturor verigilor administrației publice într-o structură unită, este esențială pentru o gestionare eficientă a resurselor și pentru satisfacerea nevoilor cetățenilor. Aceasta presupune că deciziile administrative nu sunt luate izolat, ci într-un context mai larg, ținând cont de interdependențele dintre diferitele sectoare ale administrației publice și de nevoile colectivității.

Legat de utilizarea sistemelor de comunicație, este important ca aceste tehnologii să sprijine atât procesul decizional, cât și interacțiunile dintre administrație și cetățeni. Comunicarea eficientă contribuie la o mai bună înțelegere a cerințelor și a așteptărilor cetățenilor, ceea ce poate duce la îmbunătățirea semnificativă a serviciilor publice și a satisfacției acestora.

În ceea ce privește metodologia cercetării, utilizarea metodelor de analiză și sinteză este esențială pentru a înțelege nu doar fenomenele studiate, ci și pentru a construi un cadru teoretic solid. Studiul literaturii de specialitate, atât națională, cât și internațională, joacă un rol crucial în fundamentarea cercetării și în realizarea unor concluzii relevante pentru subiectul studiat. Astfel, printr-o cercetare bine documentată și metodologică, se pot identifica soluții și recomandări pentru îmbunătățirea administrării și comunicării în cadrul Primăriei Municipiului București.

Tehnicile utilizate pentru definitivarea cercetării sunt esențiale pentru o înțelegere profundă a funcționării site-ului oficial al Primăriei Municipiului București, în contextul transparenței și al interacțiunii cu cetățenii. Detalierea acestor instrumente reflectă complexitatea procesului de evaluare a performanței platformei online a instituției publice:

**Observarea fizică:** Această metodă a permis o analiză detaliată a website-ului, concentrându-se pe elementele fundamentale ale acestuia. Au fost luate în considerare aspecte precum:

- **Noțiunea și rolul website-ului:** Care este scopul principal al site-ului (informarea cetățenilor, oferirea de servicii, accesul la documente publice etc.).
- **Proiectarea și întreținerea acestuia:** Cum este structurat site-ul pentru a facilita accesul utilizatorilor, cum sunt organizate informațiile și serviciile, dar și care sunt modalitățile de actualizare și mentenanță pentru a asigura funcționalitatea pe termen lung.

Aceste aspecte au fost **identificate, cuantificate și măsurate** pentru a evalua eficiența și accesibilitatea site-ului.

**Analiza:** Această tehnică a fost folosită pentru a studia mai detaliat rolul și caracteristicile website-ului, cu un accent special pe:

- **Accesibilitatea:** Cum poate un cetățean cu diverse nevoi (de exemplu, cu dizabilități sau cu diverse niveluri de educație digitală) să acceseze și să utilizeze site-ul. Acest lucru include evaluarea designului, a ușurinței de navigare, a funcționalităților de căutare și a clarității informațiilor disponibile.

Prin aceste tehnici, cercetarea nu doar că analizează site-ul în termeni tehnici, dar și explorează gradul de accesibilitate și eficiență al platformei, cu scopul de a identifica posibile îmbunătățiri pentru a răspunde mai bine nevoilor cetățenilor.

Concluziile lucrării evidențiază importanța unui sistem administrativ modern care să depășească provocările tradiționale ale administrației publice, cum ar fi birocrăția excesivă, corupția și lentoarea procedurilor, prin adoptarea unui model mai transparent și accesibil. Iată câteva puncte esențiale:

- **Reprezentările sociale și percepția cetățenilor:** Imaginea unei instituții publice nu este doar un reflex al realității, ci o construcție socială, influențată de interacțiunile cu cetățenii și de imaginea proiectată de aceasta prin diverse canale de comunicare. Reprezentările sociale sunt un filtru care ajută cetățenii să înțeleagă activitatea administrației publice, iar identitatea vizuală și comunicarea eficientă joacă un rol semnificativ în această percepție.
- **Provocările interacțiunii între administrația publică și cetățeni:** Relația dintre administrația publică și cetățeni este adesea tensionată, iar nemulțumirile sunt legate de profesionalismul funcționarilor, birocrăția excesivă și erorile administrative. Un sistem modern trebuie să abordeze aceste probleme și să prezinte serviciile într-un mod transparent, eficient și accesibil.
- **Tehnologia informației în administrația publică:** Tehnologia joacă un rol esențial în îmbunătățirea proceselor interne ale instituțiilor și în facilitarea interacțiunii directe cu cetățenii. Prin implementarea conceptului de "e-government", administrațiile publice pot oferi cetățenilor acces rapid la servicii, fără a fi necesară deplasarea fizică la instituții.
- **Beneficiile e-government:** Utilizarea tehnologiei informației aduce multiple avantaje, printre care creșterea eficienței instituțiilor publice, îmbunătățirea accesibilității și calității serviciilor, reducerea costurilor și a timpilor de așteptare, precum și creșterea transparenței și încrederii în administrația publică.
- **Importanța informării proactive:** Un aspect esențial al funcționării eficiente a administrației publice este informarea proactivă a cetățenilor. Site-urile instituțiilor trebuie să fie conforme cu standardele de accesibilitate, iar documentele publice trebuie să fie clare și concise, oferind cetățenilor toate informațiile necesare pentru a înțelege și a utiliza serviciile publice.

## Concluzii

Lucrarea de față a evidențiat rolul esențial al website-ului în cadrul unei instituții publice ca instrument de comunicare, transparență și eficientizare a serviciilor administrative. Analiza teoretică și studiul de caz realizat asupra site-ului Primăriei Municipiului București au confirmat că o platformă digitală bine construită poate aduce beneficii semnificative atât instituției, cât și cetățenilor.

În urma cercetării, se desprind următoarele concluzii majore:

- **Website-ul instituțional este o extensie a administrației moderne**, oferind un canal rapid și permanent de informare și interacțiune cu publicul. Acesta reduce birocrăția, facilitează accesul la informații și îmbunătățește imaginea instituției.
- **Transparența și accesibilitatea online** sunt factori decisivi pentru consolidarea încrederii cetățenilor în autorități. Publicarea deschisă a informațiilor și existența unor funcționalități interactive (formulare, sesizări, feedback) susțin guvernarea deschisă și participarea civică activă.
- **Digitalizarea serviciilor publice** prin intermediul website-urilor a demonstrat o eficiență crescută, reflectată în reducerea costurilor, economisirea de timp pentru utilizatori și creșterea satisfacției generale a populației în raport cu serviciile oferite.
- **Provocările identificate** – precum nevoia de infrastructură digitală robustă, competențele digitale reduse în rândul unor categorii de cetățeni și nevoia de securitate cibernetică – necesită intervenții constante din partea decidenților pentru ca beneficiile digitalizării să fie accesibile tuturor.
- **Recomandările formulate în lucrare** privind structura, funcționalitățile și elementele de branding ale unui website instituțional pot constitui un ghid valoros pentru autoritățile publice care doresc să-și modernizeze prezența online și să crească impactul în relația cu cetățenii.

În concluzie, website-ul unei instituții publice nu mai este doar o vitrină digitală, ci un pilon esențial al comunicării instituționale și al reformei administrative în era digitală. Investițiile în dezvoltarea și optimizarea acestui canal de comunicare reprezintă pași necesari spre o administrație eficientă, deschisă și orientată către cetățean.

## ANEXE

### ANEXA NR. 1

Clădirea și stema Primăriei Municipiului București

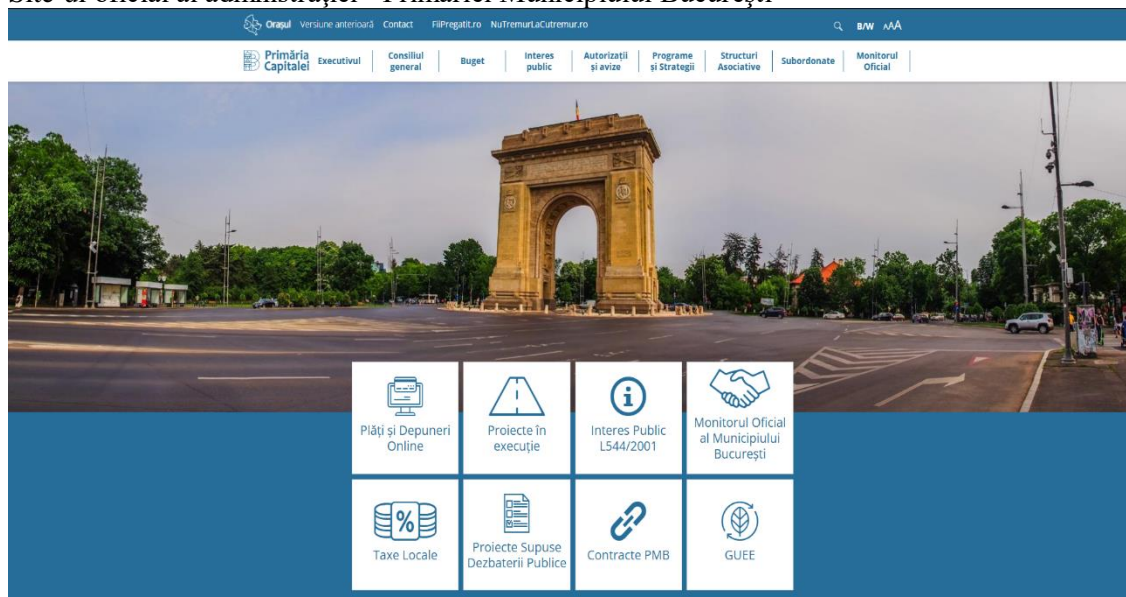


# Primăria Capitalei

Sursa: <https://www.google.ro>

## ANEXA NR. 2

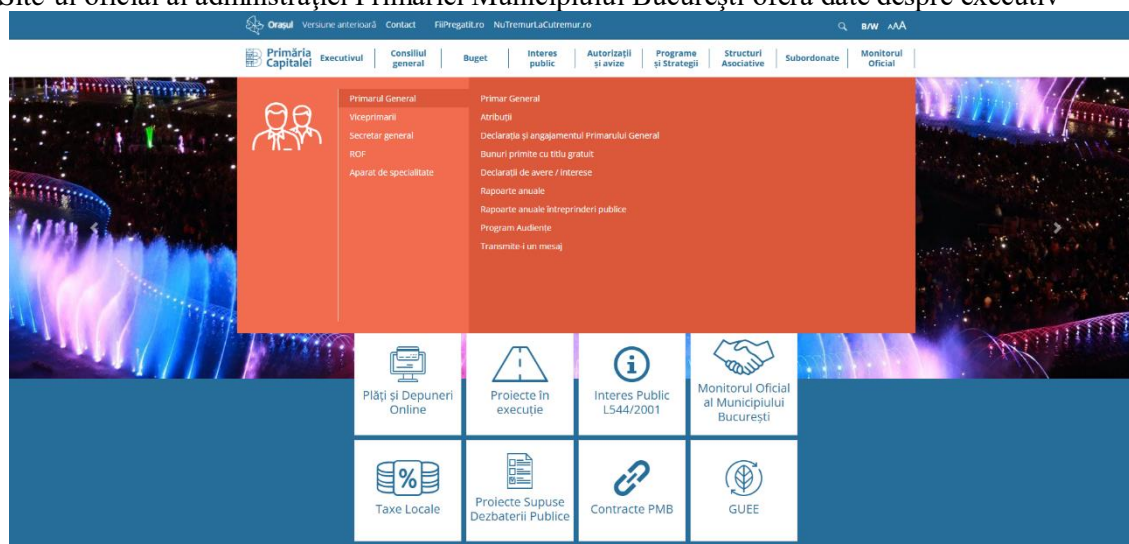
### Site-ul oficial al administrației - Primăriei Municipiului București



Sursa: <https://www.pmb.ro>

## ANEXA NR. 3

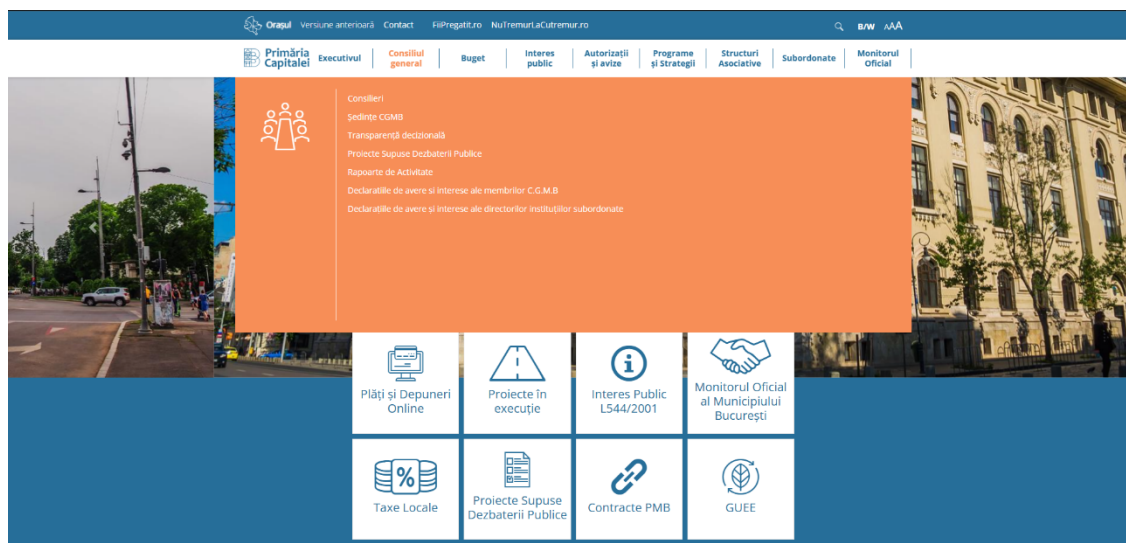
### Site-ul oficial al administrației Primăriei Municipiului București oferă date despre executiv



Sursa: <https://www.pmb.ro/executiv>

## ANEXA NR. 4

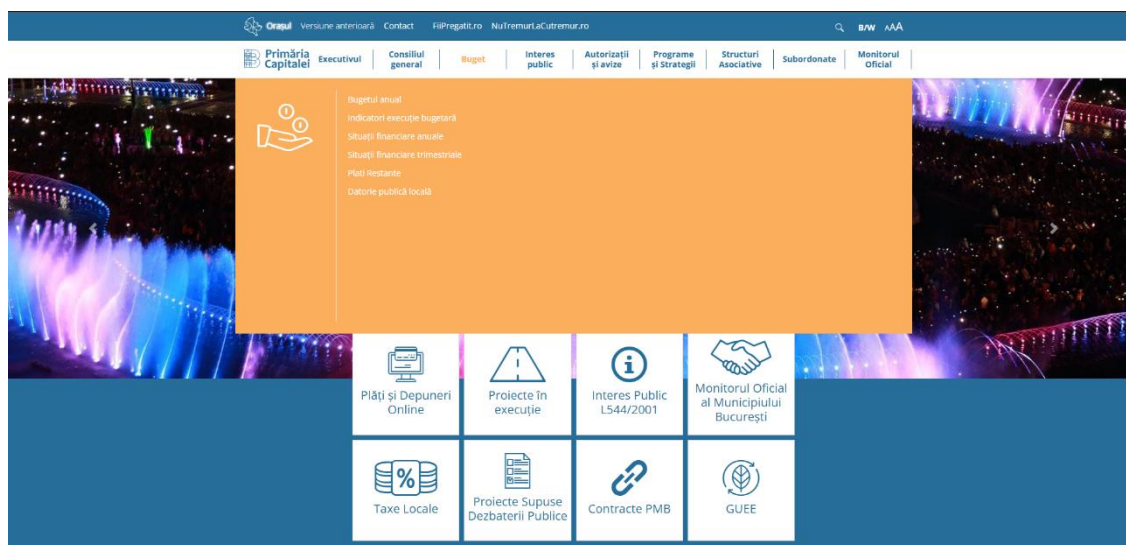
Site-ul oficial al administrației Primăriei Municipiului București oferă informații despre ședințele CGMB, declarațiile de avere și de interes, precum și rapoartele de activitate ale funcționarilor publici



Sursa: <https://www.pmb.ro/consiliu>

## ANEXA NR. 5

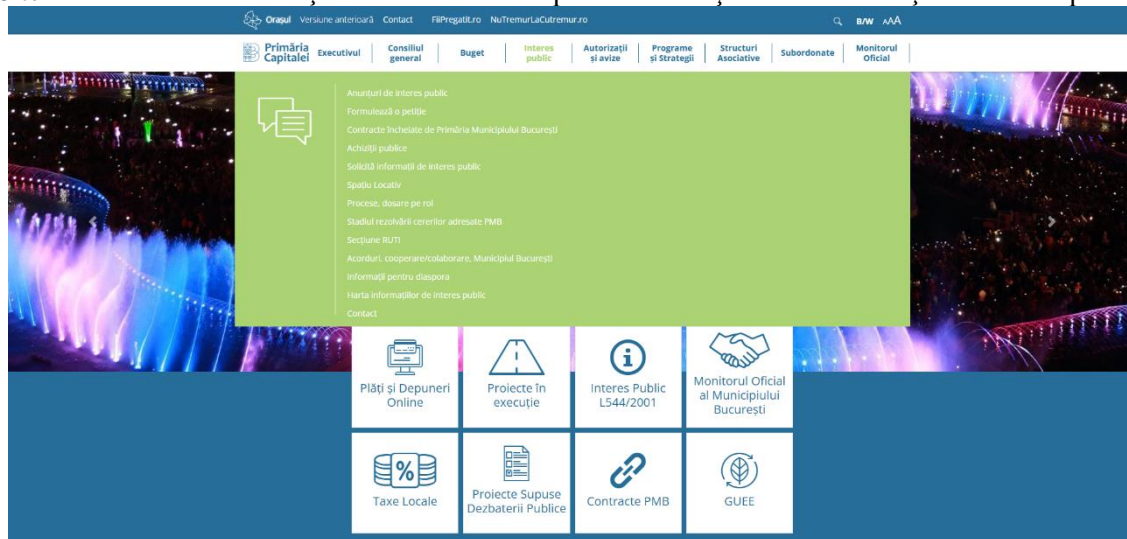
Site-ul oficial al administrației Primăriei Municipiului București oferă informații despre Buget



Sursa: <https://www.pmb.ro/buget>

## ANEXA NR. 6

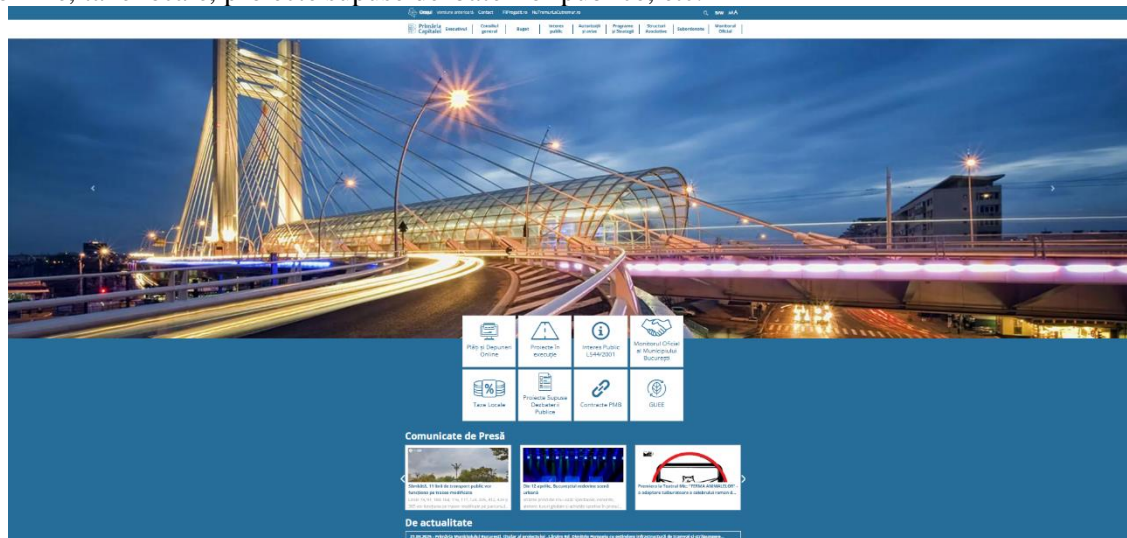
Site-ul oficial al administrației Primăriei Municipiului București oferă informații de interes public



Sursa: <https://www.pmb.ro/> / interes-public

## ANEXA NR. 7

Site-ul oficial al administrației Primăriei Municipiului București oferă informații despre plăți online, taxe locale, proiecte supuse dezbaterilor publice, etc.



Sursa: <https://www.pmb.ro/>



## References

- [1] C. Vrabie, "Promisiunile Inteligenței Artificiale (AI) Administrației Publice și Orașelor Inteligente," *Smart Cities International Conference (SCIC) Proceedings*, vol. 11, p. 9–46, 2023.
- [2] Guvernarea electronică și serviciile publice digitale în UE. [Online]. Available: [https://digital-strategy.ec.europa.eu/ro/policies/egovernment?utm\\_source=chatgpt.com](https://digital-strategy.ec.europa.eu/ro/policies/egovernment?utm_source=chatgpt.com)
- [3] C. Vrabie, "Smart Cities 2.0: Connected city, or how to use technologic infrastructure for improving the quality of life," *Central and Eastern European eDem and eGov Days*, vol. 335, pp. 441-424, 2022.
- [4] V. Baltac, "Orașul inteligent și decalaje digitale," *Smart Cities International Conference (SCIS) Proceedings*, vol. 2, pp. 105-111, 2023. [Online]. Available: <https://www.scrd.eu/index.php/scic/article/view/200>
- [5] J. Etscheid, "Artificial Intelligence in Public Administration," in *Electronic Government. EGOV 2019. Lecture Notes in Computer Science*, Springer, 2019. [Online]. Available: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-27325-5\\_19](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-27325-5_19)
- [6] D. Kolkman, „The usefulness of algorithmic models in policy making,” *Government Information Quarterly*, vol. 37, no. 3, 2020. [Online]. Available: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740624X20300034>
- [7] Wanda Orlikowski and Stephen Barley, „Technology and Institutions: What Can Research on Information Technology and Research on Organizations Learn from Each Other?,” *Sociology, Computer Science*, vol. 25, pp. 145-165, 2001. [Online]. Available: <https://home.business.utah.edu/actme/7410/Orlikowski%20Barley%20MISQ%202001.pdf>
- [8] C. Vrabie, C. Antonie, L. Iordache and L. Brosier, "E-guvernarea în municipiile României," *Smart Cities International Conference (SCIC) Proceedings*, vol. 1, pp. 51-78, 2023.
- [9] M. Marie, J. Blower and A. Beduschi, "Digitalization and Artificial Intelligence in Migration and Mobility: Transnational Implications of the COVID-19 Pandemic," *Societies*, vol. 11, no. 4, 2021. [Online]. Available: [https://www.researchgate.net/publication/356166680\\_Digitalization\\_and\\_Artificial\\_Intelligence\\_in\\_Migration\\_and\\_Mobility\\_Transnational\\_Implications\\_of\\_the\\_COVID-19\\_Pandemic](https://www.researchgate.net/publication/356166680_Digitalization_and_Artificial_Intelligence_in_Migration_and_Mobility_Transnational_Implications_of_the_COVID-19_Pandemic)
- [10] British Standards Institution, „PD 8100 Smart city –Overview,” British Standards Institution, London, 2014. [Online]. Available: <https://www.scribd.com/document/454158085/30313208-PD8100-2015-Smart-Cities-Overview-British-Standard>
- [11] Cisco, „Smart City Framework,” Cisco IBSG, San Jose, 2012. [Online]. Available: [https://www.cisco.com/c/dam/en\\_us/about/ac79/docs/ps/motm/Smart-City-Framework.pdf](https://www.cisco.com/c/dam/en_us/about/ac79/docs/ps/motm/Smart-City-Framework.pdf)
- [12] A. Basu, "Engage citizens to smarten city governance," *Smart Cities and Regional Development Journal (SCRD)*, vol. 9, no. 2, pp. 31-41, 2025.
- [13] V. Logvinov and N. Lebid, "Is the Smart cities of hybrid model of local government - The type III cities: Four possible answers," *Smart Cities and Regional Development Journal (SCRD)*, vol. 2, no. 1, pp. 9-30, 2018.

- [14] C. Savulescu and C. G. Antonovici, "The smart city as dynamic digital ecosystem," *Smart Cities International Conference (SCIC) Proceedings*, vol. 6, pp. 195-205, 2023.
- [15] C. Vrabie, "Smart Urban Governance. Administrația Publică în era Smart: Tehnologie, Date și Cetățeni," *Smart Cities and Regional Development Journal (SCRD)*, vol. 1, no. 1, pp. 1-30, 2024. [Online]. Available: <https://scrd.eu/index.php/scrd-pp/article/view/571>
- [16] B. Klievink and M. Janssen, „Artificial intelligence and public values: A public values mapping exercise in the Dutch police domain,” *Government Information Quarterly*, vol. 36, no. 4, 2019. [Online]. Available for download .pdf on <https://www.sciencedirect.com/journal/government-information-quarterly/vol/36/issue/4>
- [17] Haineș Rosemarie, *Imaginea instituțională*, Editura Universitară, București, 2010, p.142. *Lecture Notes in Editura Universitară, București, 2010, p.142*
- [18] C. SCHACHTNER, „Smart government in local adoption –Authorities in strategic change through AI,” *SCRD Journal*, vol. 5, no. 3, pp. 53-62, 2021. [Online]. Available: <https://scrd.eu/index.php/scrd/article/view/110/85>
- [19] Miège, B., *Societatea cucerită de comunicare*, Iași, Polirom, 2000, p.69. *Lecture Notes in Societatea cucerită de comunicare*. [Online]. Available for download .pdf on [https://www.academia.edu/2461378/Bernard\\_Mi%C3%A8ge\\_Societatea\\_cucerita\\_de\\_comunicare](https://www.academia.edu/2461378/Bernard_Mi%C3%A8ge_Societatea_cucerita_de_comunicare)