



SACO  
É UM  
SACO.

PRA CIDADE, PRO PLANETA,  
PRO FUTURO E PRA VOCÊ.

## CARTILHA PARA GESTORES PÚBLICOS MUNICIPAIS

Volume 1

**ORIENTAÇÕES SOBRE CONSUMO CONSCIENTE E REDUÇÃO  
DO USO DE SACOLAS PLÁSTICAS PARA MUNICÍPIOS**



## **SACO É UM SACO**

CARTILHA PARA GESTORES PÚBLICOS MUNICIPAIS - Volume 1  
Orientações sobre consumo consciente e redução do uso de  
sacolas plásticas para municípios - Brasília, 2011

# FICHA TÉCNICA

## **PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Dilma Vana Rousseff

## **MINISTRA DE ESTADO DO MEIO AMBIENTE**

Izabella Mônica Vieira Teixeira

## **SECRETÁRIA DE ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E CIDADANIA AMBIENTAL**

Samyra Brollo de Serpa Crespo

## **EQUIPE TÉCNICA DA SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E CIDADANIA AMBIENTAL**

Fernanda Altoé Daltro - Coordenadora Técnica

Paula R. Galvani Bueno Martha - Técnica

Bruno Cordovil de Macedo - Estagiário

## **ÍNDIGO BRASIL EMPREENDIMENTOS CULTURAIS LTDA**

Flávio Cristiano do Amaral Moreira da Cunha

Coordenação Geral

Helio Moraes - Coordenação Geral

Sarah Marcela Chinchilla Cartagena - Proposta  
metodológica, Pesquisa e Texto

Beatriz Fernanda Chinchilla Cartagena - Pesquisa e Texto

Anderson Roque Ribeiro - Direção de Arte

Frederico Oliveira Fontes - Programação Visual

# FICHA CATALOGRÁFICA

Brasil. Ministério do Meio Ambiente.

Orientações sobre consumo consciente e propostas para redução de sacolas plásticas / Ministério do Meio Ambiente. – Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2011.

40 p. : il. color. - (Cartilha para Gestores Públicos Municipais; 1.)

Campanha Saco é um Saco: Pra Cidade, Pro Planeta, Pro Futuro e Pra Você.

Bibliografia: p. 37

1. Meio ambiente - Educação.
2. Gestão pública.
3. Sacolas plásticas - Consumo consciente.

I. Título.

CDU 502.1

Catálogo na publicação por: Graziela Bonin - CRB14/1191.

# SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO .....	5
1º passo – O PROBLEMA .....	8
As sacolas plásticas no Brasil e no mundo .....	10
Saco é um Saco: a campanha vira movimento .....	11
Algumas experiências de sucesso .....	13
A força do exemplo e a consistência da estratégia .....	18
2º passo – ARTICULAÇÕES E PARCERIAS .....	19
Poder Público .....	20
Varejistas .....	22
Fornecedores de sacos de lixo .....	23
Cooperativas e Associações de catadores, de costureiras e fornecedores de sacolas retornáveis .....	23
Cidadão-consumidor, comunidade .....	24
Lembre-se: .....	25
3º passo – BOA COMUNICAÇÃO .....	26
Campanhas de divulgação, promoções e concursos .....	27
Campanhas educativas .....	27
Mídia impressa e audiovisual .....	27
Internet .....	27
Espaços Presenciais .....	28
Datas Especiais .....	28
CONCLUSÃO .....	29
A EXPERIÊNCIA DO MUNICÍPIO DE XANXERÊ, SC .....	30
A Ideia .....	30
A Articulação .....	31
A Divulgação .....	32
O Marco Inicial .....	32
Os Resultados .....	33
ECOS DA CAMPANHA .....	34
Os Próximos Passos .....	35
A Moral da História .....	35
Fontes de Pesquisa .....	37
Recomendações de Leitura, Vídeos e Sites .....	37
Referências Bibliográficas .....	38

# Apresentação

Apresentamos ao setor público municipal, às instituições públicas e privadas e aos cidadãos brasileiros, a série de cartilhas fruto da Campanha **Saco é um Saco**. Lançada em junho de 2009 pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA) com apoio de importantes redes varejistas, a campanha chama atenção para os danos ambientais que o uso excessivo de sacolas plásticas tem causado ao planeta e ao cotidiano das pessoas. A começar por seu nome, a campanha tem aspecto lúdico e informativo, tendo como objetivos principais promover o consumo consciente de sacolas plásticas, incentivar o descarte correto das mesmas e estimular a adoção de alternativas mais sustentáveis para o transporte de compras e acondicionamento de lixo.

A campanha **Saco é um Saco** deu início a um movimento virtuoso na sociedade brasileira, instigando o cidadão a pensar no meio ambiente e em suas escolhas de consumo. As cartilhas pretendem demonstrar como cada ator social, gestor municipal, pequeno e grande empresário, ONGs, cidadãos pode se engajar neste movimento, colaborando de forma efetiva para a qualidade de vida, a saúde, e o bem-estar de sua comunidade.

Neste primeiro volume, apresentamos ideias, sugestões e ferramentas úteis que possibilitarão a municipalização da campanha Saco é um Saco, estimulando gestores públicos municipais a tornarem-se os catalisadores desse processo. O objetivo da campanha Saco é um Saco é reduzir o consumo de sacolas plásticas pela população. Este propósito vai ao encontro dos conceitos de coresponsabilidade e destinação adequada de resíduos e rejeitos encontrados na Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), aprovada em 2 de agosto de 2010.



*As cartilhas estão organizadas em três volumes:*

**Volume 1**

**Cartilha Para Gestores Públicos Municipais**

*Volume 2*

*Cartilha Para Instituições Públicas e Privadas*

*Volume 3*

*Cartilha Para Consumidores*

**SACO  
É UM  
SACO.**

**PRA CIDADE, PRO PLANETA,  
PRO FUTURO E PRA VOCÊ.**

A lei identifica Poder Público, empresários e consumidores como co-responsáveis pela boa gestão do lixo urbano.

Ao término da leitura, os gestores municipais perceberão que a implantação de uma campanha de consumo consciente de sacolas plásticas é muito mais que um ato administrativo: é a aplicação de políticas públicas, integrando as áreas de meio ambiente, educação, saúde e desenvolvimento da economia local. É levar seu município ao grupo daqueles que efetivamente promovem o desenvolvimento sustentável. Ao contrário do que possa parecer em um primeiro momento, população e empresários estão propensos a aderir ao movimento de reduzir o consumo de sacolas plásticas, pois as pessoas estão cada vez mais engajadas nas causas ambientais e querem participar ativamente deste processo. Exemplo disso é o apoio de 60% dos brasileiros a leis que visem à eliminação do uso de sacolas plásticas, conforme divulgou a pesquisa “Sustentabilidade: Aqui e Agora”, realizada pelo MMA em parceria com a Rede WalMart (2010).

Em maior dimensão, esperamos que os municípios promovam a educação sobre o consumo consciente, incentivando a participação popular na busca por soluções, gerando discussão a respeito do tema. Municipalizar a campanha Saco é um Saco significa adaptá-la a realidade local, com autonomia para definir as melhores estratégias de mobilização, divulgação e implantação. Com criatividade e envolvimento da comunidade é possível que a campanha Saco é um Saco tenha a cara do município.

Uma vez implantada e desenvolvida, os resultados aparecerão gradualmente.

Alguns serão locais e de fácil percepção, como a diminuição de sacolas plásticas nas ruas e conseqüente diminuição da sujeira e do entupimento de bueiros e alagamentos. Outros serão globais e menos perceptíveis, como a diminuição no uso de recursos naturais, como o petróleo (matéria-prima para a confecção das sacolas plásticas) e água (também utilizada no processo de fabricação, reciclagem e descarte).

A ideia do consumo consciente, iniciada com a campanha de redução do uso de sacolas plásticas, será difundida, provocando novas atitudes e adoção de hábitos mais sustentáveis pela população local e global. Atitudes e hábitos que se traduzem no dia a dia dos indivíduos, nas atitudes cidadãs, no lazer ecoamigável, nas posturas ambientais em casa e no trabalho.

O conteúdo desta cartilha foi organizado em três passos básicos:

- a) compreensão do problema;
- b) articulação e envolvimento dos atores no projeto;
- c) materialização e divulgação.

Ao longo desses três passos, apresentamos soluções de ações locais associadas às recomendações mundiais para o consumo consciente, fazendo valer o famoso lema “pensar globalmente, agir localmente”. Complementamos as informações com dicas que permitirão aprofundar alguns assuntos. Ao final da cartilha apresentamos o estudo de caso da cidade de Xanxerê (SC), que implementou o banimento das sacolas plásticas voluntariamente por meio da articulação entre os setores público e privado e a comunidade, demonstrando que basta a vontade para fazer diferença.

Portanto Sr(a). Gestor(a), aproveite a leitura, reflita sobre as possibilidades do seu município, faça também parte deste movimento e descubra muito mais vantagens para seu município e para o planeta. Afinal, saco é um saco!  
Pra cidade, pro planeta, pro futuro e pra você!



# O Problema

## 1º PASSO

### **POR QUE PROPOR UMA CAMPANHA PARA REDUZIR O CONSUMO DE SACOLAS PLÁSTICAS EM SEU MUNICÍPIO?**

Uma sacola plástica sozinha causa pouco estrago, mas o consumo excessivo estimulado pela gratuidade e disponibilidade tem grande impacto ambiental. No mundo são distribuídas de 500 bilhões a 1 trilhão de sacolas plásticas por ano. No Brasil, estima-se o consumo de 41 milhões de sacolas plásticas por dia, 1,25 bilhão por mês, e 15 bilhões por ano.

#### **CONHEÇA ALGUNS FATOS SOBRE AS SACOLAS PLÁSTICAS NO MEIO AMBIENTE:**

- Muitas sacolas, depois de descartadas, acabam em rios, lagos e oceanos, onde são confundidas com alimento e ingeridas por animais, como tartarugas e aves marinhas, causando a morte de mais de 100 mil por ano, em todo o mundo.
- Quando descartadas de maneira incorreta, as sacolas plásticas poluem cidades e entopem bueiros, agravando situações de desastres como alagamentos e enchentes.
- Para a confecção de sacolas plásticas são utilizados recursos naturais não renováveis como petróleo e gás natural além de água e energia, e liberados efluentes (líquidos) e gases tóxicos, alguns dos quais acentuam o efeito estufa.
- As sacolas podem levar de 100 a 400 anos para se degradarem. Tornam os lixões e aterros impermeáveis, dificultando a biodegradação de recursos orgânicos, com consequente acúmulo de gás metano em bolsões. Quando a montanha de lixo é revolvida, esses bolsões são rompidos, e o metano – gás 21 vezes mais danoso que o CO<sub>2</sub> – acaba liberado na atmosfera.

**SACO É UM “SACO”, NÃO É? VAMOS AGORA COMPREENDER MELHOR A IDEIA DE CONSUMO CONSCIENTE, CONDIÇÃO BÁSICA PARA UMA REDUÇÃO SIGNIFICATIVA DO CONSUMO DE SACOLAS PLÁSTICAS.**

O Ministério do Meio Ambiente (MMA) define consumo consciente como “uma contribuição voluntária, cotidiana e solidária para garantir a sustentabilidade da vida no planeta”. O Instituto Akatu complementa esta ideia, afirmando que “consumir de forma consciente é levar em consideração os impactos ambientais e sociais da produção, uso e descarte de produtos e serviços”. Quando falamos em consumo consciente de sacolas plásticas, falamos sobre a adoção de hábitos com menor impacto no meio ambiente. Significa recusar sacolas plásticas sempre que possível, passando a adotar alternativas como sacolas retornáveis, caixas de papelão ou cestas para transportar as compras. Significa também reutilizar aquelas sacolas que pegamos, como envase de lixo úmido ou seco, separadamente. A sacola seca, contendo embalagens também secas, tem grande chance de ser reciclada com os demais materiais recicláveis. Em resumo, o consumo consciente implica mudança de hábitos, em observar o impacto de nossas ações no meio ambiente e optar por alternativas ambientalmente amigáveis.



Foto: Jefferson Rudy

# PENSE NISSO...

- 25% da humanidade consome acima de suas necessidades.
- Os outros 75% consome o mínimo necessário ou abaixo dele.
- O que significa que apenas 20% da população mundial consome 80% dos recursos do planeta.
- Nesse ritmo, em menos de 50 anos serão necessários dois planetas para abastecer o consumo de toda a humanidade...
- E poderia ser pior: se todos os habitantes do mundo consumissem como os países desenvolvidos precisaríamos de mais de 4 planetas para dar conta desse consumo. Fonte: Instituto Akatu

## DICAS PRÁTICAS DICAS PRÁTICAS DICAS PRÁTICAS

- Propomos alguns novos comportamentos para consumo consciente de sacolas plásticas. Aproveite os exemplos, mas não deixe sua criatividade de lado, crie mais alternativas com a cara do seu município!
- Compras de supermercados podem ser transportadas em sacolas retornáveis, caixas de papelão, carrinhos de feira.
  - Pequenos objetos podem ser transportados nos bolsos, bolsas e até mesmo nas mãos.
  - A separação de lixo reciclável também diminui o uso de sacolas plásticas, pois o lixo seco (reciclável) não precisa ser armazenado em sacolinhas ou sacos de lixo, podendo ser depositado diretamente no coletor ou encaminhado a cooperativas de reciclagem. Assim, será necessário acondicionar em sacos plásticos apenas o lixo orgânico, diminuindo consideravelmente o volume de resíduos.
  - O “movimento” pode começar com o engajamento do comércio local: supermercados, farmácias e padarias.

## As sacolas plásticas no Brasil e no mundo

Atualmente é prática comum a distribuição “gratuita” de sacolas plásticas em estabelecimentos comerciais, independente do produto consumido e da real necessidade de carregá-lo numa sacola. Esta farta disponibilidade gera a sensação de custo zero ao consumidor, mas mascara a realidade do alto custo ambiental coletivo e estimula cada vez mais o uso das sacolas. O custo ambiental coletivo está nos resíduos e emissões gerados pela produção do plástico e no uso de água e energia neste processo, na poluição das cidades, matas e corpos d’água, na morte de milhares de animais por asfixia e inanição todos os anos. A participação do empresário, do administrador de ONGs e das instituições públicas é de extrema relevância, ajudando a alertar para esses aspectos, estimulando a mudança de cultura relacionada ao uso excessivo de

sacolas plásticas. É preciso chamar a atenção para o hábito arraigado na sociedade humana de aceitar o que é graça e descartável, sem pensar nas consequências destes atos para o meio ambiente. Com criatividade é possível fornecer opções para o consumidor, que em geral utiliza as sacolas para acondicionamento do lixo e não vê alternativa senão esta e as alternativas são inúmeras!

CUSTO-BENEFÍCIO DAS  
SACOLAS PLÁSTICAS  
=  
ZERO CUSTO INDIVIDUAL  
+  
ALTO CUSTO AMBIENTAL  
COLETIVO

# Saco é um Saco: a campanha vira movimento

Foi com o olhar para esta realidade que o Ministério do Meio Ambiente lançou, em junho de 2009, sua campanha para reduzir o consumo de sacolas plásticas, que tem como slogan "Saco é um Saco. Pra cidade, pro planeta, pro futuro e pra você". A campanha evoluiu conquistando a mídia, consumidores, varejistas e municípios, tornando-se um movimento nacional. Com o objetivo de mostrar ao consumidor que com pequenas atitudes é possível contribuir para a conservação do meio ambiente e construção de uma sociedade mais sustentável, a campanha alerta a população sobre a importância de reduzir o consumo de sacolas plásticas, utilizando alternativas para o transporte das compras e acondicionamento de lixo.



**SAIBA++**



**Conheça em detalhes a campanha, acessando o site oficial: [www.sacoeumsaco.com.br](http://www.sacoeumsaco.com.br)**

*Lá você encontrará informações, ideias, experiências e ainda poderá fazer o download de todo o material da campanha (impressos, spots e filmes) para divulgá-la e implantá-la no seu município. Acompanhe também o blog Saco é um Saco, acessando: [www.sacoeumsaco.com.br/blog](http://www.sacoeumsaco.com.br/blog)*

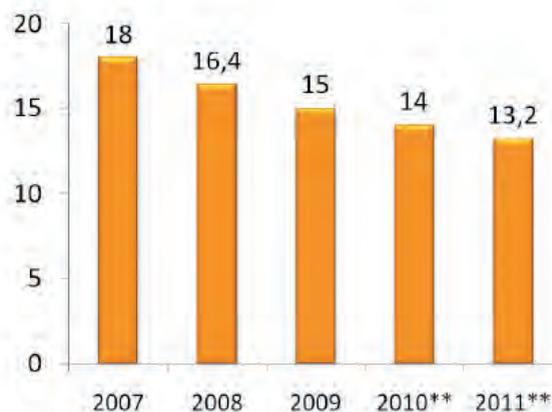


Em um cenário nacional de produção de sacolas plásticas em queda desde 2007, a meta da campanha Saco é um Saco era encerrar o ano de 2010 tendo ajudado a evitar o consumo de 1,5 bilhão de sacolas plásticas. O sucesso do movimento, entretanto, fez a meta ser consideravelmente superada. Tendo como base o ano de 2009, quando foram produzidas 15 bilhões de sacolas no Brasil, a expectativa era diminuir essa produção em 10%.

Com o envolvimento do poder público, comércio e consumidores foi possível chegar a 33% de redução em um ano e meio. Outra conquista da campanha Saco é Saco foi a celebração do Pacto Setorial entre a Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) e o Ministério do Meio Ambiente, no qual a Associação se comprometeu a reduzir em 30% o

uso de sacolas plásticas nos supermercados até 2013 e em 40% até 2014.

Este pacto fará parte das ações da prioridade “Varejo e Consumo Sustentável” do Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS), que esteve em consulta pública até 30 de novembro e será lançado em 2011.



**Produção anual de sacolas (em bilhões).**

Fonte: Plastivida/2009

**SAIBA+**



**Veja os fatores que contribuíram para o êxito da campanha Saco é um Saco:**

- Ambiente favorável na sociedade para a discussão sobre o tema;
- Slogan e linguagem simpáticos;
- Sinergia e engajamento dos parceiros e adesão dos dirigentes;
- Engajamento da cúpula do MMA / Fator Minc;
- Diversidade de mídias utilizadas, atingindo diferentes públicos;
- Equipe executiva focada e dedicada exclusivamente e
- Resultados tangíveis.

Fonte: Relatório de final de campanha Saco é um Saco. MMA. 2010.

**Sempre que o tema for sacolas plásticas, lembre-se:**  
**Recuse** sempre que puder,  
**Reduza** ao máximo seu consumo,  
**Reutilize** as sacolas o quanto possível.

## Algumas experiências de sucesso

**No Brasil e no mundo, diversas iniciativas surgiram como resposta à necessidade de repensar o atual padrão de produção e consumo de sacolas plásticas. Apresentaremos aqui algumas dessas experiências com o objetivo de fornecer referências e ideias para o desenvolvimento de um projeto em seu município.**

- **Brasil** – a partir de 2 de agosto de 2010, um novo marco regulatório passou a valer para a gestão do lixo: a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS – Lei nº 12.305). Entre outros pontos, a PNRS proíbe a abertura de novos lixões e estabelece a obrigatoriedade dos municípios em estruturar a coleta seletiva. Ainda que não haja previsão sobre as sacolas plásticas, a lei certamente terá reflexos sobre seu consumo, ao estimular a separação e viabilizar a correta destinação dos materiais recicláveis. Embora normas estaduais e municipais possam ser criadas para regular a questão das sacolas plásticas, estas não serão necessárias se houver a articulação dos setores da sociedade. A própria campanha Saco é um Saco tem gerado ótimos resultados: desde seu lançamento, em junho de 2009, foi evitado o consumo de 5 bilhões de sacolas plásticas, no agregado de todas as iniciativas nacionais estimuladas pelo movimento criado pela campanha.

Outra experiência brasileira de sucesso, apresentada em detalhes ao final da cartilha, é a do município de Xanxerê, em Santa Catarina, que banuiu as sacolas plásticas no município com a ajuda dos comerciantes e da comunidade.



## Europa – Irlanda e Reino Unido apresentam legislação específica sobre o consumo de sacolas plásticas:

• **Irlanda** – Em março de 2002, a Irlanda instituiu nacionalmente a cobrança de taxa sobre sacolas plásticas no valor de 15 centavos de euro por sacola. O impacto foi imediato: redução de cerca de 330 para 21 sacos por habitante/ano – uma redução de 94% no consumo. Com o aumento do consumo para 31 sacos por pessoa em 2006, a cobrança foi elevada para 22 centavos de euro por sacola. Como alternativa às sacolas plásticas, o comércio disponibiliza sacolas retornáveis. A meta do governo é a redução de lixo, ou seja, redução máxima do número de sacolas plásticas, podendo haver aumento da taxa sempre que identificado o aumento de consumo.



• **Reino Unido** – Em dezembro de 2008, as sete maiores redes supermercadistas britânicas, representadas pelo British Retail Consortium (BRC) assinaram acordo voluntário com o Governo para reduzir em 50% o consumo de sacolas plásticas até o final de maio de 2009, tendo como referência os números de 2006. A meta ficou muito próxima de ser atingida, chegando a 48% (de 870 milhões de sacolas plásticas em maio de 2006, para 452 milhões em maio de 2009). Os resultados foram atingidos principalmente em função dos investimentos em ações de educação e incentivo, como a comunicação com os consumidores, programas de fidelidade e recompensa, treinamento de funcionários e campanhas de reciclagem.



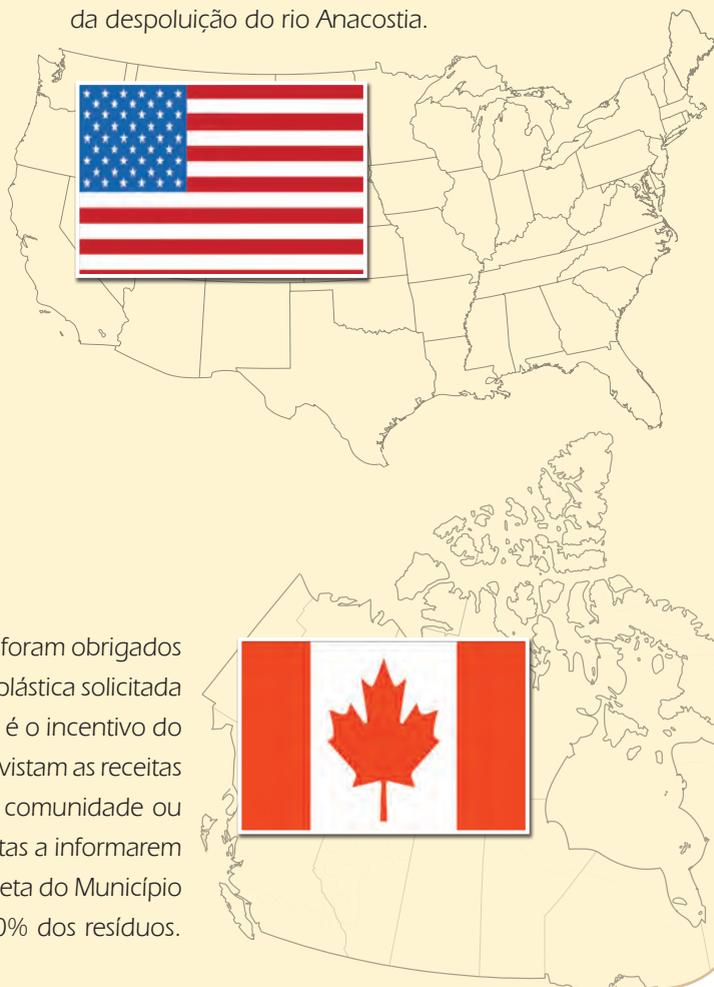
**América do Norte – Estados Unidos e Canadá não possuem orientação nacional para as sacolas plásticas, de forma que cada Estado e Município têm autonomia para tratar do assunto. Destacamos algumas iniciativas:**

• **São Francisco, EUA** – Em dezembro de 2007 supermercados de grande porte (acima de 2 milhões de dólares em receita bruta anual de vendas) e cadeias de farmácias deixaram de distribuir sacolas plásticas em atendimento à legislação local. Passaram a ser permitidas apenas sacolas compostáveis, sacolas de papel feitas com um mínimo de 40% de conteúdo reciclado pós-consumo, ou sacolas reutilizáveis. De sua parte, o governo investiu em campanhas de divulgação e realizou a distribuição de milhares de sacolas de lona feitas a partir de retalhos de tecidos.

• **Oakland, EUA** – A legislação determinou que, a partir de julho de 2007, os varejistas de Oakland deveriam promover campanhas educativas sobre a importância do uso de sacolas retornáveis, além de criar incentivos para esse uso, como créditos e descontos para os consumidores que trazem sacolas retornáveis. A legislação também proibiu a distribuição de sacolas plásticas não-biodegradáveis e derivadas de petróleo, permitindo apenas a utilização de sacolas de papel reutilizáveis, compostáveis ou recicláveis.

• **Toronto, Canadá** – Desde junho de 2009 os varejistas foram obrigados a cobrar uma taxa de, no mínimo, 5 centavos por sacola plástica solicitada pelo consumidor no caixa. Interessante nesta campanha é o incentivo do Conselho da cidade de Toronto para que os varejistas reinvestam as receitas provenientes da venda das sacolas plásticas na própria comunidade ou em iniciativas ambientais, além de estimularem os varejistas a informarem aos clientes o que estão fazendo com esses recursos. A meta do Município de Toronto consiste em desviar dos aterros sanitários 70% dos resíduos.

• **Washington, EUA** – A partir de janeiro de 2010 a capital dos Estados Unidos passou a cobrar taxa de cinco centavos de dólar sobre cada sacola plástica ou de papel utilizada em estabelecimentos que comercializam alimentos ou bebidas. A legislação determina que os valores arrecadados sejam destinados ao financiamento da despoluição do rio Anacostia.



## África – Destacamos três países que possuem legislação sobre a produção, comércio e consumo de sacolas plásticas:

• **Ruanda** – Desde 2005 o país banuiu a importação e uso de sacolas plásticas com espessura inferior a 100 micras e, em 2008, foi sancionada lei que proíbe a fabricação, importação, uso e comercialização de sacolas plásticas. A pena para quem descumprir a lei vai de multa a reclusão de 6 a 12 meses.



• **Botswana** – Por legislação federal estabelecida em 2007, há cobrança de taxa sobre sacolas plásticas e proibição de fabricação e importação de sacolas com espessura inferior a 24 micras. A pena para quem desrespeitar a lei é de três anos de prisão e multa.



• **África do Sul** - Em 2003, a África do Sul proibiu a fabricação, comércio e distribuição comercial de sacolas plásticas com espessura inferior a 24 micras. No país, a infração à regra pode gerar multa ou prisão por período de até 10 anos. Após um ano da entrada em vigor da lei, foi criada taxa de 3 centavos por sacola plástica, que subsidia a empresa responsável pela reciclagem das mesmas.



**SAIBA++**



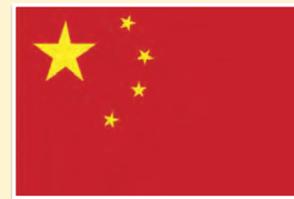
Micras – Plural de micro. Simbolizada por  $\mu$  ou  $\mu\text{m}$ .

**1  $\mu$  = 0,001mm**

**1 mm = 1000  $\mu$**

## Ásia - China, Cingapura e Bangladesh são os destaques:

- **China** - Em junho de 2008 entrou em vigor legislação para banimento de sacolas plásticas em todo o país. Os varejistas não podem distribuir gratuitamente sacolas plásticas aos clientes, e a multa para quem desprezitar as regras pode chegar a quase 1500 dólares. As sacolas plásticas também devem respeitar as normas nacionais de qualidade, e as com espessuras inferiores a 25 micras estão proibidas. Um dos primeiros resultados dessa campanha foi o fechamento da maior fabricante de sacolas plásticas do país, que tinha uma produção anual de 250.000 toneladas de sacolas.



- **Cingapura** – Em fevereiro de 2006, a Agência Ambiental Nacional de Cingapura, em conjunto com a Associação Varejista de Cingapura e o Conselho Ambiental de Cingapura lançaram a campanha “Less Plastic Bag” (Menos Sacolas Plásticas) com o objetivo de promover a conservação e minimizar o desperdício, estimulando os consumidores a utilizarem sacolas retornáveis como alternativa às sacolas plásticas. Para participar da campanha, os varejistas deveriam: disponibilizar em suas lojas sacolas retornáveis a baixo custo; exibir nas lojas material publicitário da campanha (banners, cartazes, etc); treinar os caixas para perguntar se os consumidores não gostariam de comprar as sacolas retornáveis; e oferecer incentivos aos consumidores para utilizarem menos sacolas plásticas.



- **Bangladesh** – Em janeiro de 2002, o governo proibiu a produção, comercialização e uso de sacolas plásticas na cidade de Dhaka, e o banimento no país ocorreu em abril de 2002. Entretanto, após 8 anos e meio de banimento, as sacolas plásticas voltaram a ser vendidas e usadas largamente em todos os mercados. A experiência mostra que o simples banimento através de lei, sem apoio de ações educativas constantes, não garante a redução real e permanente do uso de sacolas plásticas.



## A Força do Exemplo e a Consistência da Estratégia

Ao apresentar estes exemplos, esperamos que, como gestor público, você perceba a importância de promover ações educativas e parcerias para que haja uma real mudança de comportamento. Apenas criar uma legislação a respeito das sacolas plásticas, instituindo a troca do material usado em sua confecção ou cobrança, não é uma ação pública necessariamente efetiva. Ainda que opte pela criação de leis, é preciso prever, além da inibição do uso de sacolas plásticas, outras questões diretamente associadas, como a coleta seletiva. Se houver o estabelecimento de multas, garanta a transparência da cobrança, empregando os recursos para melhoria do próprio projeto, ou de projetos ambientais correlatos.

A experiência de outros países mostram que as ações de sensibilização e educação precisam ser continuadas, alternativas acessíveis e de qualidade devem estar disponíveis aos consumidores e sua mudança de comportamento celebrada como atitudes que garantirão a qualidade de vida da comunidade e as suas próprias.



Foto: Fernanda Daltro



# Articulações e Parcerias

## 2º PASSO

Uma campanha para estimular a redução do consumo de sacolas plásticas em um município precisa contar com a articulação de todos os setores da comunidade envolvidos na questão: poder público, varejistas, escolas, associações de consumidores e órgãos de defesa de seus direitos, e outros.

A articulação de parcerias é importante ainda na definição da estratégia da campanha municipal. Qual será o objetivo da campanha: a redução do consumo de sacolas plásticas ou seu banimento? Há necessidade de legislação a respeito? Quais serão as alternativas oferecidas aos consumidores? A comunidade está sensibilizada para a questão? Precisam ser levantadas as possíveis alternativas ao consumidor, a adequação do serviço de coleta de lixo, os custos, as ações de comunicação, etc. Estas perguntas serão melhor respondidas se todos os envolvidos no problema e nas soluções estiverem dispostos a pensar juntos.

A seguir, apresentamos atores relevantes para a implementação de uma campanha municipal de consumo consciente de sacolas plásticas.



**SAIBA+**



### CEMPRE E PNRS

O CEMPRE (Compromisso Empresarial para Reciclagem) é uma associação dedicada à promoção da reciclagem dentro do conceito de gerenciamento integrado do lixo. Tem realizado um trabalho consistente com cooperativas de catadores, além de ações para aumentar a reciclagem no Brasil. Desta forma, o CEMPRE atua de acordo com os princípios da Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei Federal no 12305 de 03.08.2010), especialmente no que tange "(...) a cooperação entre as diferentes esferas do poder público, o setor empresarial e demais segmentos da sociedade [...]", um importante parceiro da campanha Saco é um Saco. ACESSE: [www.cempre.org.br](http://www.cempre.org.br)



# Poder Público

Na esfera municipal, diversos órgãos públicos podem contribuir para a implementação de uma campanha de redução de consumo de sacolas plásticas, podendo ser os articuladores de toda a ação ou apoiadores de peso da campanha. Estando envolvidos desde o princípio, trazem credibilidade ao projeto e institucionalidade às decisões tomadas.

Órgãos ligados diretamente ao tema ou impactados pelas mudanças esperadas devem ser envolvidos desde o início, trazendo seu olhar setorial e soluções para eventuais impasses.

Abaixo, sugerimos órgãos públicos de diferentes setores que trarão contribuições significativas à elaboração e realização da campanha municipal.

## OS PRINCIPAIS ENTES GOVERNAMENTAIS COM OS QUAIS SE DEVE ARTICULAR PARA A BOA EXECUÇÃO DO PROJETO, SÃO:

**Órgãos ligados a educação:** esta será, essencialmente, uma campanha educacional, voltada aos atuais e futuros consumidores, na expectativa de mudar seus padrões de consumo. Órgãos da educação poderão auxiliar na metodologia de educação da campanha, além de promover palestras e discussões sobre o tema nas escolas e universidades.

**Órgãos ligados a meio ambiente:** seu envolvimento é fundamental, pois fornecerão informações técnicas sobre os danos ambientais decorrentes do uso excessivo de sacolas plásticas e dos benefícios ambientais e sociais da implantação de uma campanha de consumo consciente. Sua atuação na campanha pode estender-se à realização de atividades de educação ambiental, como mutirões de limpeza e visitas técnicas à aterros e lixões, centrais de triagem e recicladoras.

**Órgãos de regulação ligados ao comércio:** estes órgãos trazem legitimidade ao processo ao garantir que as mudanças não onerem exclusivamente o consumidor, sendo oferecidas alternativas acessíveis

e produtos de qualidade. Devem intermediar o desenvolvimento de soluções para o comércio, como eventuais cobranças ou descontos sobre as sacolas plásticas.

**Órgãos ligados ao turismo:** Sua participação pode favorecer as estratégias de divulgação e marketing da campanha, associando o município a uma localidade ambientalmente correta, ou divulgando os estabelecimentos comerciais que têm alternativas para o uso das sacolas plásticas. É válido destacar o projeto nos materiais de divulgação turística da cidade, trabalhando com a autoestima de seus moradores. Em articulação com as devidas entidades (comércio, patrocinadores), podem disponibilizar sacolas retornáveis com motivos de pontos turísticos para venda no comércio local como souvenirs.

**Órgãos ligados a serviços de limpeza pública:** A redução do consumo de sacolas plásticas trará um impacto significativo no acondicionamento de lixo, exigindo adaptação dos consumidores e do sistema de coleta pública. Uma das linhas de trabalho da

campanha Saco é um Saco é o estímulo à separação do lixo seco (reciclável) do lixo úmido (orgânico) como ação complementar que permite a redução do consumo de sacolas plásticas: ao separar seus resíduos recicláveis em caixas ou diretamente em coletores específicos, o consumidor reduz o volume de lixo com necessidade de ser acondicionado em sacos plásticos. Aplicando esta ideia e em acordo com a Política Nacional de Resíduos Sólidos, o município deverá oferecer a coleta seletiva de resíduos domésticos e pontos de coleta (públicos ou em parceria com o comércio) aos cidadãos que passem a adotar este novo hábito como consequência da campanha.

**Órgãos ligados a comunicação e assessoria de imprensa:** Dentro de cada órgão municipal, as assessorias de comunicação podem promover a campanha entre os funcionários públicos, envolvendo-os no movimento. Uma outra forma de ajudarem é articulando parcerias com a mídia local para maior divulgação da campanha.



# Outros Atores

## Varejistas

Fazem parte desse grupo proprietários e administradores de supermercados, padarias, farmácias, pequenos comércios, papelarias, lojas de conveniência, feirantes, entre outros. São atores fundamentais para a implantação da campanha, pois são aqueles que distribuem sacolas plásticas e têm contato direto com o consumidor, devendo oferecer alternativas (como sacolas retornáveis, caixas de papelão, serviços de entrega) e informação a seus clientes.

Será necessário discutir com esses atores os prazos de execução do projeto, investimentos necessários em produção de sacolas retornáveis, custos com divulgação e comunicação, treinamento de funcionários.

A relação entre lojistas e os consumidores deve deixar claro de que, apesar do incômodo inicial das medidas de redução das sacolas plásticas, há alternativas viáveis e enorme benefício ambiental e na qualidade de vida da comunidade.

O envolvimento de todos os comerciantes do município ou ao menos dos maiores distribuidores de sacolas plásticas é importante para que não haja oneração de apenas da parte que adotou a campanha e para uniformizar a informação ao cidadão, deixando claro que não se trata de uma campanha de marketing isolada, mas de um projeto coletivo. Além disso, a atuação em conjunto trará vantagens econômicas à ação, como a redução dos custos de produção de sacolas retornáveis e sacos de lixo e a divisão dos custos de divulgação.

**DUAS PRÁTICAS  
DICAS PRÁTICAS  
DICAS PRÁTICAS**

Combine com supermercados e pontos comerciais para comercializarem – preferencialmente a preço de custo no início do projeto – sacolas retornáveis, incentivando este novo hábito. Se possível, crie um modelo de sacola único para o município, que deverá ser disponibilizado em todo o comércio local, com preço tabelado. A oferta de sacolas de boa qualidade, diferentes tamanhos, mas a preços de custo, favorece a adoção do novo comportamento. A articulação entre os varejistas para oferecerem-nas ao mesmo preço favorece a cooperação e envolve mais comerciantes no movimento.



## Fornecedores de sacos de lixo

O envolvimento destes atores é importante para encontrar e oferecer alternativas para o uso cotidiano das sacolas plásticas para o acondicionamento de lixo. Quando as donas de casa não mais tiverem as velhas sacolas de supermercado, sacos de lixo voltarão a ser necessários e é interessante que estejam disponíveis a preços acessíveis e sejam feitos de material ambientalmente mais amigável que o plástico convencional (como é o caso do plástico reciclado, que já foi retirado do meio ambiente). Procure negociar preços de custo, ou redução gradativa do preço ao consumidor final, é importante para que os consumidores possam mudar seu comportamento. Essas negociações podem gerar grandes parcerias e são de grande valia para o sucesso da campanha.

## Cooperativas e Associações de catadores, de costureiras e fornecedores de sacolas retornáveis

A mudança nos padrões de consumo traz oportunidades para novos atores. Uma campanha de redução do consumo de sacolas plásticas passa, necessariamente, pela discussão sobre o lixo. Além do governo, o envolvimento de cooperativas de catadores de material reciclável contribui diretamente para a solução da reciclagem e gera renda a este segmento social. A demanda por sacolas retornáveis também crescerá. Encomendá-las a associações de costureiras ou outras iniciativas, como programas de reinclusão de comunidades carcerárias, trará renda e benefícios sociais.



### NUNCA É DEMAIS LEMBRAR...

- Um produto é reciclável e deve ir para o lixo seco quando apresenta um destes símbolos:



Fonte: ABRE

- Um produto foi produzido com material reciclado quando apresenta um destes símbolos. O número representado em porcentagem significa o quanto do produto foi produzido com material reciclado:



- Os símbolos abaixo identificam o material e o coletor onde o produto deve ser descartado:



## Cidadão-consumidor, comunidade

O consumidor é peça-chave em uma campanha de consumo consciente. É preciso conquistá-lo com informações relevantes para que efetivamente mude seu comportamento e seus hábitos. Para se tornar um parceiro, o consumidor precisará estar bem informado sobre a importância ambiental de reduzir seu consumo de sacolas plásticas, como seu ato individual terá reflexos coletivos, quais serão as principais dificuldades a serem enfrentadas e as soluções para seu dia a dia.

É importante envolvê-lo desde o início do projeto, se possível já durante sua elaboração, por meio de representantes e lideranças comunitárias. A representação da sociedade civil na construção de um projeto legitima todo o processo e incentiva sua participação. Tenha em conta que a primeira pergunta feita pelos consumidores quando se fala em reduzir ou suprimir as sacolas plásticas gratuitas é: “E o que farei com o meu lixo?” Ao propormos a mudança deste comportamento, devemos oferecer alternativas para a disposição e diminuição de volume gerado de resíduos sólidos e estas alternativas devem ser acessíveis financeiramente. Inicialmente, é interessante que se realize uma campanha de educação da comunidade quanto à separação do lixo seco (material reciclável) do lixo úmido (lixo de cozinha e banheiro, podas de jardim). O lixo seco não precisa ser embalado em sacolas plásticas se houver coleta seletiva ou postos de coleta dos materiais recicláveis a articulação com cooperativas de catadores pode facilitar este recolhimento. Apenas fazendo esta separação, o volume de lixo doméstico diminui sensivelmente, necessitando

de menos sacos de lixo (ou sacolas plásticas) para seu acondicionamento. Outra forma de redução do uso de sacos plásticos para o lixo é o aproveitamento do lixo orgânico para produção de adubo (através da compostagem).

Este processo também pode ser conduzido por cooperativa ou coordenado pelo órgão governamental de agricultura no adubo produzido em jardins e praças públicas. Como colocado anteriormente, a utilização de sacos de lixo de material reciclado trazem a vantagem ambiental de serem fabricados com filmes plásticos já descartados, diferente das sacolas de supermercado que necessariamente precisam ser confeccionadas com material virgem por seu eventual contato com alimentos.

**DICAS PRÁTICAS  
DICAS PRÁTICAS  
DICAS PRÁTICAS**

Promova campanhas especiais para os funcionários vinculados à administração pública, principalmente a municipal. O envolvimento do funcionário público é mais uma estratégia eficaz para o sucesso da campanha, pois gera exemplo para a população e reflete o comprometimento do governo. É um meio informal de divulgação da campanha.

Quanto à forma de participação, pessoas envolvidas em processos de Agenda 21 locais são uma parceria interessante. Essas pessoas, já articuladas, conhecem a realidade local, sabem dos problemas socioambientais enfrentados pela comunidade e os caminhos para a solução dos mesmos. Certamente a questão dos resíduos e meio ambiente foi alvo de discussão, com possíveis soluções apontadas no planejamento estratégico de implementação da Agenda 21 local.

A ONU lançou, em 2000, os “Objetivos do Milênio”, nos quais apresenta “8 Jeitos de Mudar o Mundo”. A adoção de comportamentos que respeitem a qualidade de vida e o meio ambiente é o ‘sétimo’ jeito de mudar o mundo. É esta a sensação a ser provocada no indivíduo: cuidar do meio ambiente reflete diretamente em sua qualidade de vida. Sua ação de recusar uma sacola plástica não refletirá apenas no bem estar do planeta (algo abstrato e distante), mas sim em seu próprio bem estar.

8 JEITOS DE  
MUDAR O MUNDO



QUALIDADE DE VIDA  
E RESPEITO AO MEIO  
AMBIENTE

SAIBA++



A **Agenda 21** pode ser definida como um instrumento de planejamento para a construção de sociedades sustentáveis, em diferentes bases geográficas, que concilia métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica. Por isso, se seu município já fez a Agenda 21, busque parcerias, como fez o município de Xanxerê, em Santa Catarina. Você pode conhecer mais sobre os Objetivos do Milênio acessando: <http://www.objetivosdomilenio.org.br/> O site é interativo, alegre e informativo. Inspire-se!!

Para não esquecer



A etapa de articulação é fundamental para o sucesso do projeto. Procure envolver os diversos atores que podem contribuir para a redução do consumo de sacolas plásticas e conseguir seu apoio para a campanha. Envolve-os com a proposta, divida responsabilidades e construa uma equipe de trabalho. Envolver os atores-chave desde o princípio legitima a iniciativa e garante o compromisso de todos. Opções de financiamento e parcerias com a iniciativa privada podem financiar seu projeto.

# Boa Comunicação

## 3º PASSO

Quando falamos em mudança nos padrões de consumo, a atuação individual é o cerne da questão: cada ser humano, ao mudar seu comportamento de consumo e a maneira como encara sua participação nesta ação coletiva, estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais sustentável.

É necessário ter em mente que, para funcionar, um projeto de redução do consumo de sacolas plásticas precisa conquistar cada indivíduo. É preciso que cada cidadão compreenda a importância do esforço a ser feito e, em especial, o porquê de estar sendo suprimida de seu dia a dia a comodidade representada pelas sacolas plásticas gratuitas no comércio. É importante que fique clara a relação entre este hábito de consumo cotidiano e o impacto causado no meio ambiente. A comunicação é a ferramenta que tornará isso possível. Deve-se pensar em informar os impactos, mas também as alternativas disponíveis.

Conheça algumas ferramentas da comunicação que poderão ser extremamente úteis.

### DICAS PRÁTICAS DICAS PRÁTICAS DICAS PRÁTICAS

Ao adotar um novo hábito que exige abrir mão de uma comodidade – sacolas plásticas úteis, disponíveis e gratuitas – o consumidor espera não ser onerado mais uma vez. Por isso, durante a campanha de comunicação lembre-se de destacar que as pessoas não precisarão obrigatoriamente adquirir sacolas novas para suas compras. Qualquer sacola de tecido ou carrinho de feira pode ser utilizada durante as compras. Da mesma forma, caixas de papelão funcionam muito bem para o transporte de compras.

#### **IMPORTANTE!**

*É preciso considerar que a comunicação não é apenas uma ferramenta de preparação. Ela é fundamental para a continuidade do processo. Por isso lembre-se de planejar uma campanha de comunicação que contemple três tempos: ANTES – DURANTE – DEPOIS*

A CAMPANHA

SAIBA MAIS

DICAS

DOWNLOADS

## Campanhas de divulgação, promoções e concursos

Para iniciar a comunicação de sua campanha é preciso primeiro pensar no que comunicar. Lembre-se que é importante que a população compreenda os motivos pelos quais o projeto está sendo proposto e os aspectos positivos para a comunidade e para o planeta. Prepare todo tipo de material de divulgação possível: cartazes, panfletos, apresentações audiovisuais, brindes, sacolas retornáveis promocionais, etc. Depois, identifique onde este material deverá ser distribuído, e quem serão os agentes de comunicação da ideia no município: escolas, associações, comércio. Os parceiros podem promover ações e concursos (para criação da logo e do slogan para a campanha, por exemplo). O objetivo principal é envolver as pessoas e torná-las parte do projeto.

### Campanhas educativas

Comunicação é também educação, principalmente quando se trata de mudança de comportamento. Crie estratégias para ações educativas. Lembre-se do exemplo de Bangladesh, que depois de 8 anos de campanha, as sacolas voltaram a ser consumidas. Procure fazer parcerias com a rede de ensino, pública e particular, para motivar as crianças a compreender o problema e tornarem-se agentes colaboradores do projeto.

### Mídia impressa e audiovisual

Jornais, rádios e TV são veículos de comunicação de massa que têm grande potencial de alcance. Se não for possível pagar inserções, procure-os para serem parceiros do movimento – na campanha Saco é um Saco tivemos apoio de redes de cinema, canais de televisão e quase 2 mil rádios em todo o Brasil. Aproveite para utilizar também os veículos comunitários, como rádios e jornais de bairro, com espaços publicitários mais em conta e que também podem se interessar em realizar parcerias. Ações presenciais sempre atraem mídia – o que pode gerar divulgação espontânea do movimento. Não deixe de mandar a pauta aos canais de TV e jornais locais.

### Internet

Conhecer o perfil do público com o qual se quer trabalhar é condição primária para o sucesso de um processo de comunicação. A internet hoje atinge grande parte da população, em especial os jovens. Crie ferramentas de interação na internet. Abuse dos sites de relacionamento. Crie um blog onde sejam postadas notícias e curiosidades e onde a população possa participar de fóruns de discussão. Faça banners eletrônicos e divulgue nos principais sites do município. Mobilize os parceiros para disparar emails de divulgação para suas listas de contatos. Lembre-se que na internet o tempo é mais efêmero: esteja sempre atualizando as informações e faça um trabalho constante.

## DICAS PRÁTICAS DICAS PRÁTICAS DICAS PRÁTICAS

### Caixas de papelão

As caixas de papelão que embalam mercadorias têm sido disponibilizadas aos clientes em supermercados em todo o Brasil. Esta prática, antes pouco divulgada, tornou-se comum e as caixas são cada vez mais procuradas por consumidores conscientes, como alternativa para transportar suas compras.

### Datas Especiais

Aproveite datas como Dia do Consumidor (15/03) e o Dia do Consumidor Consciente (15/10) para intensificar a campanha. Nesses dias, mostre para a população as conquistas, os benefícios e as mudanças geradas a partir da redução no uso das sacolas plásticas. Mostre como a participação de cada um foi fundamental, e estimule sua continuidade e ampliação.

### Espaços Presenciais

Mesmo em tempos de tecnologia, nada substitui o olho no olho. Crie espaços para encontros presenciais onde a população possa tirar dúvidas e discutir sugestões. Pense em instalar caixas de sugestões em supermercados e outros pontos comerciais. Participe de eventos comemorativos na cidade e aproveite para abordar a importância da campanha no município. Pense em uma data para o lançamento oficial da campanha e procure reunir grupos para marcar o dia. Durante a campanha, faça caminhadas ecológicas, blitz no comércio, por exemplo. Envolve todos, crianças, idosos, empresários, consumidores. Os espaços presenciais incluem também a capacitação de comerciantes e treinamento de funcionários que, quando treinados e conquistados para a causa, tornam-se multiplicadores da ideia.

### A pesquisa “Sustentabilidade: aqui e agora”, mostra que, dos 1100 entrevistados:

- Em um mundo sem sacolas plásticas, 69% das pessoas utilizariam sacolas de outro material para carregar suas compras
- 27% acham que a melhor ação ambiental a ser promovida por supermercados é abolir o uso de sacolas plásticas
- 60% das pessoas entrevistadas se dizem a favor da proibição do uso de sacolas plásticas
- 74% ficam mais motivados a comprar se o produto for ambientalmente amigável
- 47% fazem a separação do lixo seco do lixo úmido.

VOCÊ VIU?

## CONCLUSÃO

A atitude institucional é fundamental para facilitar a mudança dos padrões de produção e consumo. Sacolas plásticas são apenas a ponta inicial do novelo de escolhas mais sustentáveis que podemos adotar para garantir nossa própria qualidade de vida agora e no futuro. O consumo consciente deve ser praticado todos os dias, e inclui desde recusar sacolas plásticas até fechar a torneira quando escovamos os dentes, ou deixar o carro na garagem alguns dias da semana, ou, ainda, privilegiar empresas ambientalmente responsáveis.

Como instituição municipal, atitudes ambientalmente amigáveis como realizar campanhas como esta ou implementar a A3P (Agenda Ambiental na Administração Pública) trarão economia de recursos financeiros e ambientais e uma nova consciência ao servidor público e à comunidade.

Busque entidades como a ANAMMA – Associação Nacional de Órgãos Municipais de Meio Ambiente e a ABEMA – Associação Brasileira de Entidades Estaduais de Meio Ambiente para conhecer iniciativas ambientais de outros estados e municípios e fortalecer a ação realizada em seu município. Em nível federal, o Ministério do Meio Ambiente está à disposição para orientá-lo.

O governo deve liderar pelo exemplo e pela promoção de modos mais sustentáveis de produção e consumo, envolvendo os diversos setores da sociedade neste propósito. Adote a campanha Saco é um Saco em sua campanha e faça parte deste movimento.



[www.mma.gov.br/a3p](http://www.mma.gov.br/a3p)



[www.anamma.com.br](http://www.anamma.com.br)



[www.abema.org.br](http://www.abema.org.br)

# A EXPERIÊNCIA DO MUNICÍPIO DE XANXERÊ, SC

A INICIATIVA DO MUNICÍPIO DE XANXERÊ, EM SANTA CATARINA, E SUA CAMPANHA DE INCENTIVO AO USO DE SACOLAS RETORNÁVEIS É UMA DAS EXPERIÊNCIAS BRASILEIRAS MAIS NOTÁVEIS E BEM SUCEDIDAS NO CONTEXTO DE CONSUMO CONSCIENTE. AO REDUZIR EM 92% O CONSUMO DE SACOLAS PLÁSTICAS, O MUNICÍPIO CATARINENSE RETRATA A LATENTE NECESSIDADE DE ADOTARMOS NOVAS POSTURAS COMO CIDADÃOS E CONSUMIDORES.

## A Ideia

Era setembro de 2008 e os supermercadistas do município de Xanxerê planejavam suas ações de fim de ano, reunidos no Sindicato do Comércio Varejista de Xanxerê (SINCOVAR). A conversa se estendeu e chegou a reflexões sobre questões ambientais. Sensibilizados por um e-mail com fotos dos impactos ambientais causados pelas sacolas plásticas, e motivados pela experiência de redução e uso consciente de plásticos nos países da Europa, os empresários decidiram que era hora de implantar uma campanha semelhante em seu município. Amadurecer a ideia foi o próximo passo, articulando-se às demais instituições públicas e privadas de Xanxerê para tornar o projeto realidade.

## O que é Consumo Consciente?

*Ministério do Meio Ambiente: Consumo consciente é uma contribuição voluntária, cotidiana e solidária para garantir a sustentabilidade da vida no planeta." Akatu: "Consumir de forma consciente é levar em consideração os impactos ambientais e sociais da produção, uso e descarte de produtos e serviços." Consumers International: "Consumo Sustentável é um passo fundamental em direção à conquista do desenvolvimento sustentável" Celso Monteiro: "Consumo consciente é transformar o ato de consumo em uma prática permanente de cidadania." New American Dream: "Consumo consciente refere-se às escolhas de reduzir ou alterar os padrões de consumo, motivados por valores como justiça social, sustentabilidade, direitos dos trabalhadores, e responsabilidade social corporativa."*



## A Articulação

Para efetivar a ideia era necessário articular com as instituições públicas e privadas do município. Conseguir parcerias. Calcular custos operacionais. Planejar investimentos. Elaborar estratégias de comunicação e divulgação da campanha. Sete empresários dividiram entre si as tarefas, assumindo o compromisso de garantir os recursos necessários para a campanha: Alessandro Marcos Badotti ficou responsável pela tesouraria. Giuliano Moschetta, pelo desenvolvimento da mídia. Ary Marció e João Meneguzzi responsabilizaram-se por estabelecer contato com os demais supermercados do município. Marcelo Marció assumiu a orientação jurídica do projeto. E finalmente a divulgação e articulação com instituições públicas e privadas ficou a cargo de Dalmor Badotti e Edson Marció.

Os 29 supermercadistas do município logo abraçaram a causa. Em seguida, foram realizadas pesquisas de opinião com a população de Xanxerê. A pesquisa espontânea de metodologia investigativa revelou 56% de aprovação do projeto, e um índice de apenas 13% de rejeição. “Este foi o nosso maior estímulo para irmos adiante”, conta Dalmor Badotti, um dos idealizadores do projeto<sup>1</sup>.

As negociações continuaram e as parcerias foram surgindo. O grupo conseguiu o apoio de empresas do município para a fabricação e comercialização de sacolas retornáveis a preço de custo. Outros apoiadores custearam a confecção das sacolas de rafia distribuídas à população mais carente.

Em fevereiro de 2009, a Prefeitura Municipal passou a fazer oficialmente parte do projeto, e viabilizou parcerias com as Secretarias Municipal e Estadual de Educação;

Secretaria de Políticas Ambientais; Fórum Permanente da Agenda 21; Teatro Excelsior; SESC; União Xanxerense de Associação de Moradores; Câmara dos Dirigentes Lojistas de Xanxerê; e Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Xanxerê.

Algumas dúvidas de consumidores sobre a interrupção do fornecimento gratuito de sacolas plásticas levaram os idealizadores a se reunirem com o PROCON e a Promotoria Pública. Na reunião, foram discutidas as vantagens e desvantagens do projeto para os consumidores, como explica o Sr. Ary Marció, supermercadista e um dos idealizadores da campanha: “Para nós, seria muito mais fácil e lucrativo continuar distribuindo sacolas plásticas, que representam 0,3% do nosso custo operacional. Deixar de distribuir essas sacolas, não seria, portanto, uma estratégia para aumentar o lucro. Estávamos preocupados em contribuir para a conservação do meio ambiente.” Ao compreender a proposta, a Promotoria Pública do município também apoiou o projeto, tornando-se uma parceira fundamental na mobilização dos consumidores de Xanxerê. Ao final das articulações, o projeto estava pronto, as sacolas retornáveis sendo produzidas, e o objetivo da campanha definido: incentivar o uso de sacolas retornáveis e não mais distribuir sacolas plásticas gratuitamente nos supermercados de Xanxerê a partir de 1º de abril de 2009. Era hora de investir na divulgação.

### **XANXERÊ – Oeste Catarinense**

*Fundada em 27 de fevereiro de 1954, Xanxerê fica a Oeste de Florianópolis 516 km. De colonização italiana e alemã, a cidade tem cerca de 40.000 mil habitantes, sendo suas principais atividades econômicas a agricultura e pecuária.*

## A Divulgação

Os empresários sabiam a importância da divulgação para conquistar o apoio e participação dos cidadãos xanxerenses. Assim, antes mesmo das sacolas de plástico tornarem-se tarifadas nos supermercados, uma ampla divulgação em rádio, TV, internet, jornais, e outros impressos foi iniciada. Todo o material de divulgação reforçava a data de início da campanha e a importância em se adquirir sacolas retornáveis, uma vez que os estabelecimentos não mais forneceriam sacolas plásticas gratuitamente. Também a Secretaria Municipal de Educação teve papel essencial na divulgação da campanha. Atendendo à recomendação, todas as escolas municipais apresentaram o vídeo de mobilização no dia 1º de abril de 2009, marco inicial da campanha.



## O Marco Inicial

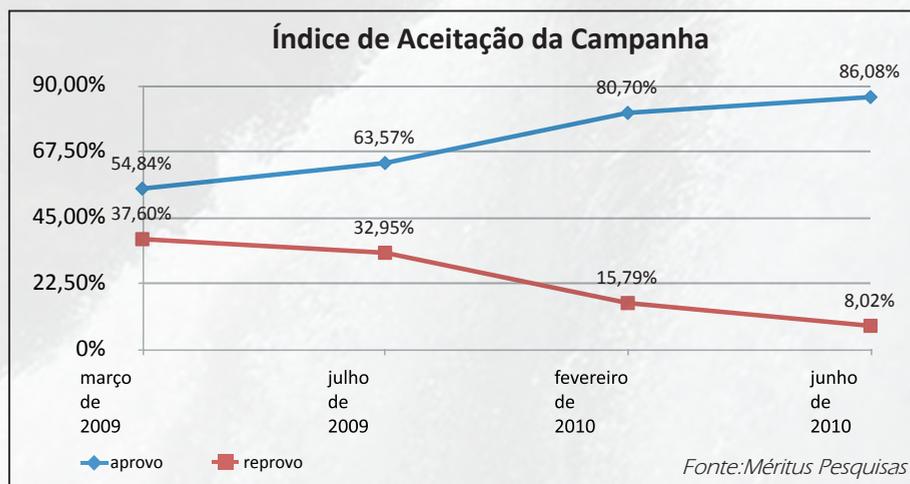
O marco inicial do projeto foi o dia 1º de abril de 2009. Os primeiros dias foram agitados. Como as sacolas de plástico não estavam mais sendo distribuídas gratuitamente, era necessário que os consumidores adquirissem sacolas retornáveis, ou pagassem pelas de plástico. Alguns clientes, surpreendidos com a novidade, recusaram-se a pagar por sacolas, e outros preferiram fazer compras em cidades vizinhas. Edson Marció, um dos organizadores da campanha, contou: “Estávamos preparados para o pior. Se a atitude dos consumidores fosse de repúdio total, ou muito grande, pediríamos desculpas em conjunto e ressarciríamos, em dinheiro, no dia seguinte, às pessoas que compraram as sacolas retornáveis. Mas nada disso foi preciso<sup>2</sup>. Aos poucos o novo costume passou a fazer parte do dia a dia da cidade. Cira Moschetta, moradora, relatou sua experiência: “Minha sogra reclamou muito no começo. Ela usava umas 15 sacolas plásticas por semana para embalar o lixo doméstico. Hoje ela armazena tudo em sacos adequados para o lixo e só coloca para coleta quando o saco estiver cheio. Ela tem 80 anos e se adaptou muito bem<sup>3</sup>”.

### Definições resultantes da reunião com o PROCON

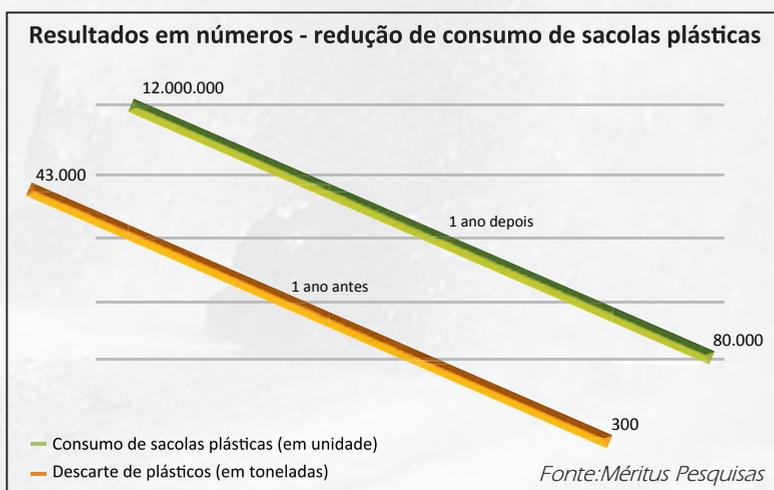
- Venda de sacolas retornáveis: R\$ 5,99 e R\$ 6,99, a depender do modelo.
- Venda de sacolas de TNT: R\$ 1,99.
- Venda de sacolas plásticas em pacote com 5 unidades: R\$ 0,50
- Venda de sacolas de papel: R\$ 0,25.
- Doação de 3 mil sacolas retornáveis para população de baixa renda.
- Venda de sacos de lixo de material reciclado a preço de custo.

## Os Resultados

Os organizadores se preocuparam em monitorar a aceitação da campanha pela população, realizando pesquisas de opinião. Em junho de 2010, nova pesquisa foi realizada, com aprovação de 86% dos moradores de Xanxerê, representando um aumento de mais de 30% em relação à primeira pesquisa:



Estima-se que após um ano da campanha, 11 milhões de sacolas deixaram de circular no município, reduzindo o descarte de mais de 40 toneladas de plástico nos aterros sanitários. Os números, que antes indicavam a utilização mensal de 1 milhão de sacolas plásticas no município, hoje indicam uma redução de mais de 92%, ao registrar o descarte de 80 mil sacolas plásticas por mês.



# O Eco da Campanha

## **Municípios que já replicaram a campanha:**

Xaxim (SC)  
Coronel Freitas (SC)  
Cordilheira Alta (SC)  
São Domingos (SC)  
Seara (SC)  
Mondai (SC)  
São Lourenço do Oeste (SC)  
Ponte Serrada (SC)  
Pinhalzinho (SC)  
Nova Erechim (SC)  
São Miguel do Oeste (SC)  
Campo Erê (SC)

## **Municípios agendados para iniciar a campanha:**

Abelardo Luz (SC)  
Faxinal dos Guedes (SC)  
Jupia (SC)  
Quilombo (SC)

## **Municípios em fase de implantação da campanha:**

Dois Vizinhos (PR)  
Getúlio Vargas (RS)

Atualmente, 16 municípios da região Oeste de Santa Catarina replicaram o projeto ou estão em fase de implantação, além de outros dois municípios na região Sul, um no Paraná e outro no Rio Grande do Sul. O caso de sucesso de Xanxerê tem servido de referência a todo o Brasil. Já foi apresentado na Associação Brasileira de Supermercados, na Exposuper Acats 2010 e, recentemente, foi pauta de um debate na cidade de Piracicaba, SP. Os resultados da experiência vão além da redução direta do número de sacolas plásticas consumidas. A Campanha também estimulou o município a desenvolver ações e programas de reutilização dos resíduos; recolhimento de pilhas, isopor e óleo usado; e incentivo à separação do lixo seco e lixo orgânico em todo o município. Merece destaque o crescimento do uso de sacos de lixo de material reciclado, que além de colaborar diretamente para a reciclagem dos plásticos, tem seu cunho social no apoio às associações de reciclagem. Esse aumento é, sobretudo, um reflexo de uma ação direta da campanha ao disponibilizar os sacos de lixo a preço de custo. Os cidadãos xanxerenses ganharam também em autoestima, ao servir de referência para todo o país. Os empresários relatam que recebem muitas visitas de municípios interessados em implantar projetos semelhantes. “Devido à tamanha divulgação, já desenvolvemos material de orientação para pessoas que querem se envolver no processo de implantação do projeto, e também promovemos um debate, com o objetivo de iniciar o planejamento estratégico dos novos projetos.”, relata o Sr. Edson Marció. É hora de pensar na continuidade e nos próximos passos do projeto.

## Os Próximos Passos

O objetivo agora é ganhar a adesão de novos segmentos. Ary Marció informa que a Fórum Permanente da Agenda 21 lançará um selo para comemorar e destacar os estabelecimentos comerciais que aderiram à campanha. A proposta é multiplicar o projeto a todo comércio do município. São locadoras, livrarias, farmácias dedicadas a integrar a campanha. A partir de agosto de 2010, Santa Catarina ganhou mais um grande aliado na campanha para o uso das sacolas retornáveis. O Lions Clube do distrito LD8, que abrange aproximadamente 50 municípios, está empenhado em divulgar e ampliar o projeto. Em 2011, uma nova iniciativa vai tomar conta do município. Serão cerca de 5 inserções diárias na televisão durante um ano, divulgando o selo e a campanha ReUSE, que pretende orientar e estimular os cidadãos a separar lixo orgânico de lixo seco.

## A Moral da História

Para Ary Marció, o que vale é a contribuição do município ao bem estar de nosso planeta. E aos que perguntam sobre os desafios de se implantar um projeto como este, ele responde: “O cliente também colabora e quer participar. Ele entende que as sacolas contribuem para a destruição no nosso ambiente. Só é preciso tomar a iniciativa”. Consumo consciente é isso. Uma decisão de compra que reflete saúde, felicidade e bem estar ambiental. São os valores de um indivíduo ou grupo aplicados para melhor utilização do seu tempo, dinheiro e objetos de consumo.

## Lista de Parceiros da iniciativa no Município de Xanxerê

- Secretaria Municipal de Educação
- Secretaria Estadual de Educação
- Secretaria de Políticas Ambientais
- Fórum Permanente da Agenda 21
- Teatro Excelsior
- SESC
- Procon
- Promotora Pública
- União Xanxerense de Associação de Moradores - UXAN
- Associação de Moradores do Bairro Vista Alegre
- Câmara dos Dirigentes Lojistas de Xanxerê - CDL
- Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Xanxerê - ACIX



## ÚLTIMAS NOTÍCIAS

*São Miguel do Oeste consolida adesão ao "Sacola Zero" São Miguel do Oeste foi a 14ª cidade catarinense a aderir à iniciativa de não distribuição gratuita de sacolas plásticas em supermercados. A campanha foi desenvolvida pelo Instituto Catuetê, organização não governamental de cunho sócio-ambiental, recebendo também o apoio da Acats. O projeto para a retirada das sacolas plásticas dos mercados de São Miguel do Oeste iniciou em Fevereiro deste ano. Primeiramente foi realizada uma pesquisa de opinião sobre o tema com a população do município onde se constatou que 81% dos entrevistados eram favoráveis à iniciativa. Com este Índice de aprovação, foi definida a data de 16 de Junho para a substituição das sacolas plásticas por sacolas retornáveis. Durante três meses foi realizado trabalho de conscientização da população através de palestras explicativas sobre o tema em escolas do município. Cartazes e panfletos também foram utilizados para alertar a população de que a partir da data estabelecida não mais seriam distribuídas sacolas plásticas nos mercados. Os consumidores têm como opção para acondicionar suas compras, sacolas retornáveis, qualquer outra sacola que tenham em casa ou mesmo caixas de papelão que são distribuídas nos mercados. Os 75 estabelecimentos de São Miguel do Oeste aderiram à campanha. São mercados de todos os portes, desde supermercados a mini-mercados. A avaliação após mais de um mês de funcionamento é a melhor possível. O Instituto Catuetê calcula que em apenas um mês de campanha de 800 mil a 1 milhão de sacolas plásticas deixaram de ser utilizadas em São Miguel do Oeste, proporcionando dessa forma, um*

*grande benefício para o meio ambiente, objetivo maior da campanha. Seguindo o exemplo de São Miguel do Oeste e de outras cidades que já não utilizam mais sacolas plásticas, vários outros municípios vizinhos já pensam em aderir à iniciativa, dentre os quais, Descanso, Guaraciaba, Maravilha, Anchieta, Campo Erê, São José do Cedro e Guarujá do Sul.*

*Fonte: site ACATS | 19 de Agosto de 2010.*



## **FONTES DE PESQUISA**

### **Recomendações de Leitura**

**BIELO**, David. Plástico feito com plantas: boom ambiental ou maldição? Scientific American Brasil.

**CEMPRE**. Compromisso Empresarial para Reciclagem. <[www.cempre.org.br](http://www.cempre.org.br)>

**CIDADES E SOLUÇÕES**. <[globonews.globo.com/platb/cidadesesolucoes/](http://globonews.globo.com/platb/cidadesesolucoes/)>

**COMPANHIA PERNAMBUCANA DO MEIO AMBIENTE**. Cadastro de fontes nacionais e internacionais de cooperação para projetos ambientais. Recife, 2001.

**CONSUMERS INTERNATIONAL. BALA**, Priya. Hands-on Sustainable Consumption: A training guide for implementing the United Nations Guidelines for Consumer Protection. Consumers International & UNEP, 2005. 79p.

**INSTITUTO AKATU**. Pelo consumo consciente. <[www.akatu.org.br](http://www.akatu.org.br)>

**MARTIRANI**, Laura Alves et al. Sociedade de Consumo e Ambiente: Valores Sociais, Necessidades Psicológicas e Nova Educação. III Encontro da ANPPAS. Brasília, 2006. 16p.

**NEVES**, Márcia. Consumo Consciente: Um guia para cidadãos e empresas socialmente responsáveis. Rio de Janeiro: E-papers, 2003, 170p.

**PACHI**, Fernando. O que você está disposto a mudar? Scientific American Brasil.

**MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE**. Pesquisa Sustentabilidade: aqui e agora. 2010.

**BRASIL**. Lei nº 12.305/2010. Política Nacional De Resíduos Sólidos.

**PNUMA**. Programa das Nações Unidas para o meio ambiente. <[www.pnuma.org.br](http://www.pnuma.org.br)>

**PORTILHO**, Fátima. Consumo “verde”, democracia ecológica e cidadania: possibilidades de diálogo?

**PROJETO BEIJA FLOR**. <[www.projetobeijaflor.org](http://www.projetobeijaflor.org)>

**RETS**. Revista do Terceiro Setor. Entrevista – Consumo Consciente – Fátima Portilho.

**ACATS** - Associação Catarinense de Supermercados. <[www.acats.com.br](http://www.acats.com.br)>

**MONTEIRO**, Celso. Como funciona o consumo consciente.

**MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE**. Saco é um Saco <[www.sacoeumsaco.com.br](http://www.sacoeumsaco.com.br)>.

**The Center for New American Dream**. <[www.newdream.org](http://www.newdream.org)>

**WORLDWATCH INSTITUTE. STRAUCH**, Claudia (tradução). Estado do Mundo, 2010: estado do consumo e o consumo sustentável. Salvador, BA: Uma Ed., 2010. 298p.

## Referências Bibliográficas

Associação Catarinense de Supermercados – ACATS  
MONTEIRO, Celso. Como funciona o consumo consciente.  
Saco é um Saco – Ministério do Meio Ambiente <<http://www.saco.eumsaco.com.br>>  
The Center for New American Dream. <<http://www.newdream.org>>  
WORLDWATCH INSTITUTE. STRAUCH, Claudia (tradução). Estado do Mundo, 2010: estado do consumo e o consumo sustentável. Salvador, BA: Uma Ed., 2010. 298p\_Acao/Publicacoes/Reflexoes-Sobre-O-Consumo-Consciente/Estado-Do-Mundo-2010-Transformando-Culturas-2013-Do-Consumismo-A-Sustentabilidade>

## APOIADORES

Agradecemos às empresas, escolas, prefeituras e ONGs que apoiam, cada uma a seu jeito, a campanha Saco é um Saco. Temos certeza de que com essa ajuda preciosa ainda mais brasileiros serão alcançados!

AES Eletropaulo e AES Sul  
ASEEL – Associação dos Empregados da Eletronorte  
Associação de Donas de Casa da Bahia  
Associação Educara – Sumaré/PB  
Ateliê Kátia Pin – Santos/SP  
Auto Viação Salineira  
Brasão Supermercados S.A.  
CADIS 3 – Verdegreen Hotel  
CCR RodoNorte  
CELESC – Distribuidora de Energia  
CEMPRE – Compromisso Empresarial para a Reciclagem  
Centro de Logística e Apoio a Natureza – CLEAN  
Centro Espírita Caminho e Esperança – Macajuba/BA  
COELBA – Distribuidora de Energia  
Cooperforte – Cooperativa de Economia e Crédito Mútuo dos funcionários de Instituições Financeiras Públicas Federais Ltda.  
Econtexto Idéias Ecológicas  
EcoSus – Soluções Ambientais  
Fields-Inovatec – Inovações Tecnológicas Ltda.  
Infotec Brasil  
Instituto Agronelli de Desenvolvimento Social  
Instituto de Desenvolvimento Regional do Oeste do Paraná (IDR-Oeste) Instituto Vladimir Herzog  
Intelig Telecomunicações  
Instituto DUAL de Educação – Joinville/SC  
Litografia Bandeirantes  
Núcleo de Apoio Integral à Criança e ao Adolescente (NAICA) da Prefeitura de Uberlândia/MG  
Núcleo de Responsabilidade Corporativa do Centro Universitário

Jorge Amado – UNIJORGE  
Núcleo Regional de Educação de Jacarezinho/RJ  
Ong Angakira – Guaxupé/MG  
Ong NOOLHAR  
OSCIPI Direito à Justiça – Bahia  
Ouro Verde Transporte e Locação S.A.  
Associação Ponto Org Arte, Educação e Ecologia  
Prefeitura de Congonhas/MG  
Prefeitura de Regeneração/PI  
Prefeitura Municipal de Vila Velha/ES  
Prefeitura Municipal de Santana do Ipanema/AL  
Previdência Social – Ministério da Previdência Social  
Programa Preservando Para o Futuro – PREFUTURO – Prefeitura de Ibiapina/CE  
Projeto Ecobolsa Brasil  
Projeto JogueLimpo – Bahia  
Projeto Beija-Flor – Jacareí/RJ  
Rede Energia – Distribuidora de Energia  
Revista Terra da Gente  
SCA Etanol do Brasil  
Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Maragogipe/BA  
Secretaria de Gestão Ambiental de São Bernardo do Campo/SP  
Secretaria de Estado do Ambiente/RJ  
Secretaria de Estado do Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos de Sergipe  
Secretaria de Meio Ambiente de Petrópolis/RJ  
Secretaria de Meio Ambiente de Venda Nova do Imigrante/ES  
Secretaria de Planejamento, Desenvolvimento e Meio Ambiente de Rio Claro/SP  
Secretaria de Turismo de Caldas Novas/GO  
Secretaria Municipal de Meio Ambiente de Contagem/MG  
Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável de Irecê/BA  
Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Saneamento de Arapiraca/AL  
Secretaria de Estado do Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos/SE  
SincoPeças – GO  
Sociedade Bahiana de Educação e Cultura S.A. – ASBEC  
Sociedade Civil para o Desenvolvimento Socioambiental e Cultural – Alta Floresta/MT  
Sociedade Formigas  
Sulamérica Seguros  
Supermercados Beira Rio – Piracicaba/SP  
Supermercado Enxuto  
Supermercados Guanabara  
Supermercados São Vicente/SP  
Supermercados Araújo – Acre e Rondônia

[www.sacoeumsaco.com.br](http://www.sacoeumsaco.com.br)

SACO  
É UM  
SACO.

PRA CIDADE, PRO PLANETA,  
PRO FUTURO E PRA VOCÊ.



**Apoio:**



**Realização:**

Ministério do  
Meio Ambiente



[www.sacoeumsaco.com.br](http://www.sacoeumsaco.com.br)

Estas cartilhas fazem parte de uma campanha de utilidade pública. Proibida a comercialização.