



**SACO  
É UM  
SACO.**

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

## **CARTILHA PARA INSTITUIÇÕES PÚBLICAS E PRIVADAS**

**Volume 2**



**ORIENTAÇÕES SOBRE CONSUMO CONSCIENTE E  
REDUÇÃO DO USO DE SACOLAS PLÁSTICAS PARA  
INSTITUIÇÕES PÚBLICAS E PRIVADAS.**

**SACO É UM SACO**

CARTILHA PARA INSTITUIÇÕES PÚBLICAS E PRIVADAS - Volume 2

Orientações sobre consumo consciente e redução do uso de sacolas plásticas para instituições públicas e privadas - 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 em sua instituição / Ministério do Meio Ambiente. – Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2011.

40 p. : il. color. - (Cartilha para Instituições Públicas e Privadas; 2.)

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. Gestão privada.
4. 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
Mobilizando Públicos .....	20
Conquistando Parcerias .....	23
Varejista .....	23
Fornecedores de sacos de lixo .....	23
Cooperativas e Associações de catadores, de costureiras e fornecedores de sacolas retornáveis .....	23
3º passo – COMUNICAR PARA GARANTIR O SUCESSO .....	24
Campanhas de divulgação, promoções e concursos .....	25
Campanhas educativas .....	25
Mídia impressa e audiovisual .....	25
Internet e Intranet .....	26
Espaços Presenciais .....	26
Datas Especiais .....	27
CONCLUSÃO .....	28
A EXPERIÊNCIA DO MUNICÍPIO DE XANXERÊ, SC .....	29
A Ideia .....	29
A Articulação .....	30
A Divulgação .....	31
O Marco Inicial .....	32
Os Resultados .....	33
O ECO 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, e 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 segundo volume, apresentamos ferramentas que possibilitam a adesão de instituições públicas, privadas e da sociedade civil organizada como escolas, universidades, empresas, autarquias e organizações não-governamentais (ONGs) ao movimento iniciado com a campanha **Saco é um Saco**. O objetivo da campanha é a redução do consumo de sacolas plásticas pela população. Este propósito vai ao encontro dos conceitos de co-responsabilidade e a destinação adequada de resíduos e rejeitos inseridos na Política Nacional de Resíduos



**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.**

Sólidos (PNRS), aprovada em 2 de agosto de 2010. A lei identifica Poder Público, empresários e consumidores como co-responsáveis pela gestão do lixo urbano. Ao término da leitura, será possível perceber que a participação no movimento é muito mais que uma ação isolada ou estratégia de marketing: é a efetiva atitude frente a um problema comum a todos.

Ao contrário do que possa parecer em um primeiro momento, população e gestores públicos 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). A adesão a este movimento torna-se uma oportunidade para as instituições repensarem o rumo de suas próprias atividades, colaborando na busca de soluções para questões ambientais.

Cada instituição pode desenvolver sua própria metodologia e formato para ação dentro do espírito do movimento Saco é um Saco, trabalhando apenas com seus funcionários ou liderando uma ação maior em sua comunidade. 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 consequente diminuição da sujeira e do entupimento de bueiros e alagamentos. Outros serão globais e menos perceptíveis, como a diminuição no uso de recursos naturais, tais como o petróleo (matéria prima para a confecção das sacolas

plásticas) e água (também utilizada no processo de fabricação, reciclagem e descarte).

ONGs podem adotar o movimento como uma de suas bandeiras, difundindo a informação por meio de suas redes e trabalhando o tema com sua comunidade.

Para comerciantes que distribuem sacolas plásticas, a participação no movimento significa diferenciação em um mercado cada vez mais preocupado com a responsabilidade socioambiental do setor privado e cada vez menos suscetível ao greenwashing (propaganda verde enganosa). Ao repensar sua política quanto a sacolas plásticas, toda uma engrenagem se coloca em movimento dentro da empresa, provocando mudanças para padrões mais sustentáveis em suas atividades.

Outras empresas e instituições públicas e privadas podem trabalhar a campanha com seus funcionários e familiares, como parte de suas atividades de qualidade ambiental dentro e fora do trabalho. Envolver seu pessoal com ações deste tipo, que faz parte de um movimento nacional, é uma maneira de promover o pensamento crítico sobre seus padrões de consumo.

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). empresário(a), administrador(a), comerciante, aproveite a leitura, reflita sobre as possibilidades de sua instituição, faça também parte deste movimento e descubra como melhorar a qualidade de vida de sua comunidade e de todos no planeta. Afinal, saco é um saco! Pra cidade, pro planeta, pro futuro e pra você!



# O Problema

## 1º PASSO

### **POR QUE PROPOR UMA CAMPANHA DE REDUÇÃO DO CONSUMO DE SACOLAS PLÁSTICAS EM SUA INSTITUIÇÃO, EMPRESA OU COMUNIDADE?**

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 conseqüente 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 IDÉIA 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 .



# 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 de 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

## 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

- 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.

# 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)*

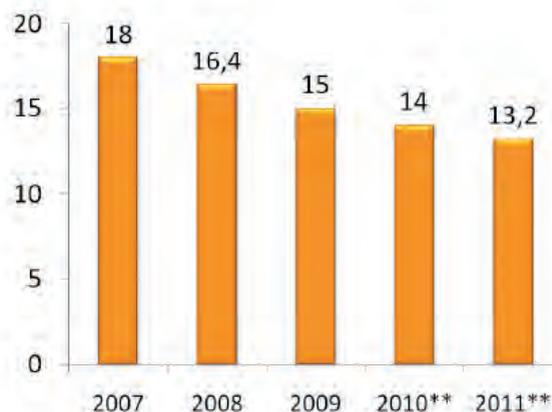
**SACO  
É UM  
SACO.**

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



Em um cenário nacional de produção de sacolas plásticas em queda há três anos, a meta da campanha Saco é um Saco era encerrar 2010 tendo ajudado a evitar o consumo de 1,5 bilhão de sacolas plásticas – 10% do que foi produzido em 2009. O sucesso do movimento, entretanto, fez a meta ser consideravelmente superada. Ao provocar o debate, a campanha estimulou soluções em municípios, supermercados e mesmo na indústria do plástico, alcançando, coletivamente, a redução em 33% do consumo de sacolas plásticas no Brasil. 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

2015. 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 consumo de sacolas plásticas. Apresentaremos aqui algumas dessas experiências com o objetivo de fornecer referências e ideias para o desenvolvimento de um projeto em sua instituição.**

- **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 desprezar 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

Como gestor de uma instituição pública ou privada, seu poder é muito grande para promover o engajamento de clientes, funcionários e comunidade. Não é papel exclusivo do gestor público empreender esforços para a mudança cultural de que estamos tratando, e tampouco legislações sozinhas resolverão o problema. A mobilização de instituições e da sociedade civil organizada tem papel fundamental neste processo, promovendo parcerias e ações educativas.

O primeiro passo para implantar uma campanha de redução de sacolas plásticas em ou através de instituições públicas ou privadas, é compreender o problema e estar preparado para multiplicar conhecimentos e comportamentos. Estatísticas e dados quantitativos sempre causam um grande impacto. Por isso, considere as informações fornecidas sobre a realidade brasileira e mundial, mas também estude sobre sua região e área de atuação. Procure conhecer como os empresários e gestores públicos lidam com o assunto; avalie as possibilidades de investimento que sua instituição pode realizar; conheça iniciativas vizinhas; entenda como funciona a coleta seletiva no seu município, e estude projetos de educação ambiental em instituições, como reciclagem de lixo, por exemplo.

Foto: Fernanda Daltro



## DICAS PRÁTICAS DICAS PRÁTICAS DICAS PRÁTICAS

### DICAS PARA ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS

- Use a criatividade e desenvolva promoções, distribua brindes, dê vantagens aos consumidores que optarem por levar sua própria sacola retornável para fazer suas compras. Você pode consultar estabelecimentos que já têm programas de redução de distribuição de sacolas e adequá-los à sua realidade.
- Se seu estabelecimento faz entregas de compras, leve tudo sempre em caixas de papel ou plástico, que possam ser reutilizadas por seu estabelecimento em novas entregas ou utilizadas pelo consumidor para a disposição de material reciclável;
- Ofereça sacolas retornáveis em seu estabelecimento, mesmo que com algum (reduzido!) custo ao consumidor;
- Se na sua localidade não há coleta de material reciclável, converse com outros comerciantes, lojistas, empresários, representantes de ONGs e outras Instituições e leve esta ideia ao gestor público. Já dizia um velho ditado que "a união faz a força!".

# Adesões e Parcerias

## 2º PASSO

Segundo a pesquisa “Sustentabilidade: Aqui e Agora”, se as sacolas plásticas desaparecessem, 69% dos brasileiros passaria a carregar suas compras em sacolas de outro material, e 22% usariam caixas de papelão. Saindo da zona de conforto, soluções criativas surgem, tanto por parte do consumidor quanto por parte do varejo. Uma campanha de redução de sacolas plásticas pretende provocar o questionamento sobre alternativas e padrões de consumo mais sustentáveis.

Sendo o público-alvo da campanha de sua instituição interno ou estendido à comunidade, parcerias facilitarão sua concretização.

Após elaborar um projeto, planejando investimentos de tempo, pessoas e recursos, o objetivo da ação deve estar claro: o que espero alcançar? A partir daí, identifica-se parcerias interessantes ao projeto – cooperativas de costureiras que produzam sacolas retornáveis, órgãos públicos de meio ambiente que realizem palestras sobre o tema, comerciantes que queiram ajudar na redução das sacolas plásticas, etc.

Apresentaremos aqui algumas sugestões e ideias para você implantar um projeto em sua organização ou através dela, considerando diferentes públicos com os quais é possível trabalhar e parcerias interessantes para o projeto.



# Mobilizando Públicos

Quando você estiver escrevendo seu projeto, certamente sentirá a necessidade de definir seu público-alvo, e que estratégias de mobilização deverão ser desenvolvidas para conquistar a participação do maior número possível de pessoas.

Se você tem um **Comércio**, os clientes devem ser seu público prioritário. A intenção é incentivar que eles mudem o hábito de usar sacolas plásticas não apenas quando forem ao seu estabelecimento, mas igualmente em todas as compras que realizarem. A mobilização e a conquista dos clientes começa pela informação: elabore panfletos, cartazes e abuse do famoso boca-a-boca. É importante disponibilizar alternativas aos clientes. Você poderá oferecer sacolas retornáveis para venda (o ideal é que haja opções a preço de custo); disponibilizar gratuitamente as caixas de papelão que embalaram produtos; treinar funcionários para incentivar que os clientes levem mais produtos em cada sacola plástica; e dar descontos para quem recusar as sacolinhas.

Se você tem outro negócio que não comércio, e também quer participar do movimento, considere que seus funcionários e fornecedores são um ótimo grupo para ser engajado.

**Escritórios, Indústrias, Autarquias e Empresas** em geral podem contribuir imensamente para o movimento de redução de sacolas plásticas. Na grande maioria das cidades brasileiras, os trabalhadores passam a maior parte do seu trabalho, convivendo com colegas de profissão. Ali discutem futebol, novela, política, moda, e, também, meio

ambiente. Você, como empresário ou servidor público, pode contribuir para a qualidade dessas discussões, estimulando os funcionários à mudança de comportamento. Utilize o espaço do cafezinho para colocar cartazes que incentivem a redução do uso de sacolas plásticas. Insira a questão nos jornais murais ou eletrônicos. Converse com gerentes, coordenadores e supervisores para que em atividades comemorativas, abordem as diversas alternativas existentes de redução de sacolinhas (sacolas retornáveis, caixas de papelão, bolsas, bolsos, e outros) em suas falas e discursos. Se sua empresa tem verba para comemorações de fim de ano, tente utilizá-la na produção de sacolas retornáveis como brindes. Faça concursos de logomarcas e slogans para a campanha interna e premie os vencedores.

**Escolas, Universidades e Instituições de ensino técnico** podem aderir ao movimento incluindo ações de educação ambiental em sua rotina. Oriente os professores a abordarem nas aulas a questão dos resíduos sólidos, incluindo informações sobre sacolas plásticas e os danos ambientais e sociais atrelados ao seu consumo excessivo.

Comemore o Dia Mundial do Meio Ambiente (5 de junho) e aproveite para mobilizar os alunos para a causa. As aulas de artes podem incluir a confecção de sacolas retornáveis de tecidos, calças jeans velhas ou banners usados. Informações sobre consumo consciente e redução do consumo de sacolas plásticas podem ser divulgadas nos sites das instituições.

**Universidades** podem incentivar alunos de publicidade e comunicação a desenvolver peças educativas e de marketing para uma campanha específica, até como concurso. Cursos de design podem investir em pesquisa de novos materiais para sacolas de supermercado com menor impacto ao meio ambiente. Incentive que coordenadores de curso reflitam sobre outras possibilidades de abordagem do tema em aulas e matérias.

Se sua instituição de ensino vende mochilas, bonés, camisetas, insira as sacolas retornáveis nesse kit ou, havendo condições, forneça gratuitamente aos alunos. Para isso, procure fazer parcerias com empresas da região, comércio local, ou mesmo administrações públicas. As comunidades são o público-alvo maior para ações que promovam o consumo consciente de sacolas plásticas.

**ONGs** que já atuam em localidades específicas e instituições que desenvolvam ações de relacionamento e responsabilidade socioambiental com as comunidades de seu entorno, podem implementar ações de capacitação, educação ambiental ou geração de renda (como a confecção de sacolas retornáveis para venda). Podem também mobilizar o comércio local a participar deste movimento.

Em todos os casos, é interessante identificar as lideranças comunitárias e construir em conjunto um projeto que incentive a redução de sacolinhas plásticas.

As lideranças comunitárias saberão dizer se o projeto será mais bem aceito se realizado com os pequenos

comerciantes, ou com a parceria de postos de saúde, escolas, ou associações de moradores. São também as lideranças comunitárias que poderão orientar sobre os canais de comunicação mais adequados para divulgação da campanha. Algumas comunidades gostam de cartilhas, outras preferem realizar reuniões presenciais, e há aquelas onde motos de som fazem o maior sucesso. Saiba reconhecer o perfil de sua comunidade para garantir a efetividade de seu projeto.



# Conquistando parcerias

Outra estratégia para atingir o sucesso de uma campanha de mobilização e mudança cultural, como é o caso da redução de sacolas plásticas, é envolver o maior número de parceiros possíveis, que compreendam o problema e compartilhem do desejo de fazer de sua localidade um ambiente mais agradável para se viver. Articule-se, forme parcerias, identifique estratégias interinstitucionais, distribua tarefas e responsabilidades, para assim fortalecer seu projeto.



*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.*

## CONFIRA QUAIS PODEM SER SEUS PRINCIPAIS PARCEIROS:

### Poder Público

Com a aprovação da Política Nacional de Resíduos Sólidos em agosto de 2010, foi estabelecida a co-responsabilidade na gestão dos resíduos sólidos. De acordo com esta mesma Lei, cabe ao poder público municipal a elaboração de seu Plano de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos, sendo contemplada a participação da sociedade civil na formulação, implantação e operacionalização do mesmo. Assim, procure a administração local para saber se o Plano está sendo elaborado e participe e estimule seus funcionários a participar do processo de elaboração. Aproveite também os programas municipais já existentes e apresente sua ideia aos gestores públicos. Vocês poderão negociar parcerias estratégicas e apoio mútuo.



*Você pode conhecer mais sobre os Objetivos do Milênio acessando: <http://www.objetivosdomilenio.org.br/>  
O site é interativo, alegre e informativo. Inspire-se!!*

### Movimentos nacionais e internacionais:

Pessoas envolvidas em processos de Agenda 21 locais são uma parceria interessante. Estas 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 o movimento "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. O movimento estimula ações de voluntariado, incentivando o envolvimento do cidadão, não requerendo necessariamente a participação em grupo ou institucional.

## Varejistas

De nada adianta a criação de uma campanha para redução do uso de sacolas plásticas se elas continuarem a ser distribuídas abundante e gratuitamente no comércio, ou se não for oferecida outra opção para o transporte de compras aos consumidores. Articule-se aos varejistas de sua região, e juntos façam uma campanha bem estruturada. Reúnam o que cada um tem de melhor: alguns poderão colaborar com peças publicitárias; outros terão bons contatos para produção de sacolas retornáveis; outros, mais antigos na localidade, saberão quem são as pessoas-chave para colaborar na divulgação da iniciativa.



## 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:



# Comunicar para garantir o sucesso

## 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.

### Para não esquecer



A sensação a ser provocada no indivíduo é a seguinte: 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. O sucesso de sua participação ou da realização de uma campanha para redução do consumo de sacolas plásticas por sua instituição depende diretamente de sua capacidade de organização e planejamento. Defina o público de seu projeto e suas estratégias de mobilização. Estude sobre o assunto, pesquise nos sites indicados e faça as leituras recomendadas ao final desta cartilha. Todo esse material vai lhe ajudar a realizar um planejamento bem estruturado e factível. Lembre-se de que envolver os atores-chave desde o princípio legitima a iniciativa e garante o compromisso de todos. Envolve-os na proposta, divida responsabilidades e construa uma equipe de trabalho. Buscar opções de financiamento é interessante, mas são as parcerias estratégicas quem garantem o sucesso de um projeto como este.

### **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*

# Campanhas de divulgação, promoções e concursos

Para iniciar a divulgação de sua campanha é preciso primeiro pensar no que comunicar. Lembre-se que é importante que seu público compreenda os motivos pelos quais o projeto está sendo proposto e os aspectos positivos para a sociedade e sua localidade. Prepare todo tipo de material de divulgação possível: cartazes, panfletos, apresentações audiovisuais, brindes, sacolas retornáveis promocionais, etc. Depois, identifique onde este material poderá ser distribuído, e quem serão os agentes de comunicação da ideia – funcionários, estudantes, ambientalistas, ativistas sociais, lideranças comunitárias, varejistas. 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.



**A pesquisa “Sustentabilidade: Aqui e Agora”, realizada pelo MMA e Walmart e que entrevistou 1100 pessoas em todo o Brasil, mostra que:**

- 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.

## 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, onde depois de 8 anos de campanha, as sacolas voltaram a ser consumidas. Envolve educadores e estudantes, para motivar as crianças a compreender o problema e tornarem-se agentes colaboradores do projeto.

**DICAS PRÁTICAS**  
**DICAS PRÁTICAS**  
**DICAS PRÁTICAS**

Impacto visual é uma ótima estratégia de comunicação. Crie uma identidade para a sua campanha, com logotipo e slogan.

## 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, jornais de bairro, informativos e murais institucionais, 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 e Intranet

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. Muitas empresas já têm também a sua intranet. Faça banners eletrônicos e divulgue em sua página. Envie emails institucionais. Pense em padronizar a assinatura de emails com o slogan de sua campanha.

## Espaços Presenciais

Mesmo em tempos de tecnologia, nada substitui o “olho no olho”. Crie espaços em sua instituição para encontros presenciais onde as pessoas possam tirar dúvidas e discutir sugestões. Pense em instalar caixas de sugestões para conhecer o que estão pensando sobre o projeto. Pense em uma data para o lançamento oficial da campanha e procure reunir grupos para marcar o dia. Os espaços presenciais incluem também a capacitação de multiplicadores, aqueles que terão a função de conquistar adesões à campanha.

DICAS PRÁTICAS  
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.

DICAS PRÁTICAS  
DICAS PRÁTICAS  
DICAS PRÁTICAS  
DICAS PRÁTICAS

Pense em uma estratégia de impacto para o lançamento de sua campanha. Realize uma caminhada pelo bairro, se possível recolhendo sacolinhas jogadas nas ruas. Se for comerciante, faça uma promoção para chamar clientes. Contrate carros, motos ou bicicletas de som, para percorrer as ruas, convidando a comunidade para participar do movimento.



# PENSE NISSO...

***Você já notou como falar em consumo consciente pode nos levar a pensar em outras atitudes como:***

***Lazer eco-amigável*** – pedalar aos fins de semana, fazer uma trilha, caminhar no parque, colher e comer frutas da estação no pé das árvores, ir a um museu ou teatro, são formas de lazer diferenciadas para quem vive no corre-corre das cidades. Coloque sua criatividade à prova, e divulgue em seu município alternativas de um lazer eco-amigável.

***Atitudes cidadãs*** – jogar lixo no lixo; recusar a impressão de comprovantes de cartões; ceder lugar aos mais velhos em transportes coletivos; não estacionar em espaços que não são reservados a você; respeitar vizinhos evitando barulhos em horários inadequados; e tantas outras pequenas e simples atitudes, podem fazer uma grande diferença no seu dia a dia!

***Utilize ideias correlatas ao consumo consciente para atrair a atenção da população à sua campanha. Uma sugestão são os 8 jeitos de mudar o mundo.***

## 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.

## Para não esquecer



Uma boa divulgação pode garantir uma grande adesão à sua campanha. Mas lembre-se de que não há receita de bolo. Você precisará conhecer muito bem o público com o qual irá trabalhar para definir suas estratégias. Procure variar as ferramentas de comunicação e criar uma identidade visual que caracterize bem seu projeto. E o mais importante: lembre-se de que a comunicação não é uma ferramenta apenas para o lançamento da campanha, deve ser um investimento constante, com enfoque educativo. A sensibilização deve ser seguida de constante "lembrete" até que o comportamento seja internalizado, o hábito seja modificado. Por fim, **não deixe de participar pessoalmente neste movimento, recusando sacolas plásticas e adotando alternativas. O exemplo ainda é a melhor forma de convencimento!**

## BOAS PRÁTICAS DICAS PRÁTICAS DICAS PRÁTICAS

Se sua instituição já tem um programa ambiental, como reciclagem de lixo; redução de copos plásticos; impressão frente e verso; redução de energia; associe a essa prática o tema Saco é Saco, e faça da redução de sacolas plásticas mais um capítulo de sua responsabilidade socioambiental.

O site Saco é um Saco ([www.sacoeumsaco.com.br](http://www.sacoeumsaco.com.br)) é bem didático e pode ajudar os professores a elaborar suas aulas. Procure no YouTube:

- vamos evitar sacos plásticos
- sacos plásticos X sacola ecológica retornável
- sacolas plásticas

A palavra chave para mudança de hábitos em relação às sacolas plásticas é RECUSAR. Oriente seus funcionários a sempre perguntar se o cliente deseja a sacola plástica, antes de fornecê-las aos clientes. Muitos clientes ligam o automático, e nem se lembram de negar sacolas. Alguns pequenos produtos podem ser levados na mão, bolsa, bolsos, ou mesmo em outras sacolas que o cliente já tenha em mãos.

## CONCLUSÃO

A atitude individual é o passo fundamental para a mudança. Sacolas plásticas são apenas a ponta 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: recusar sacolas plásticas, fechar a torneira quando escovamos os dentes, deixar o carro na garagem alguns dias da semana, ou, ainda, privilegiar empresas ambientalmente responsáveis. Avalie suas escolhas como consumidor e veja onde adotar posturas mais sustentáveis. Faça parte desta mudança! Ela começa com você!



**ENTENDA**



**ENVOLVA OS ATORES**



**COMUNIQUE**



# 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 REPRATA 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.

### 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.



## 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>”.



SACO  
É UM  
SACO.

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

### **Acesse os vídeos da Campanha**

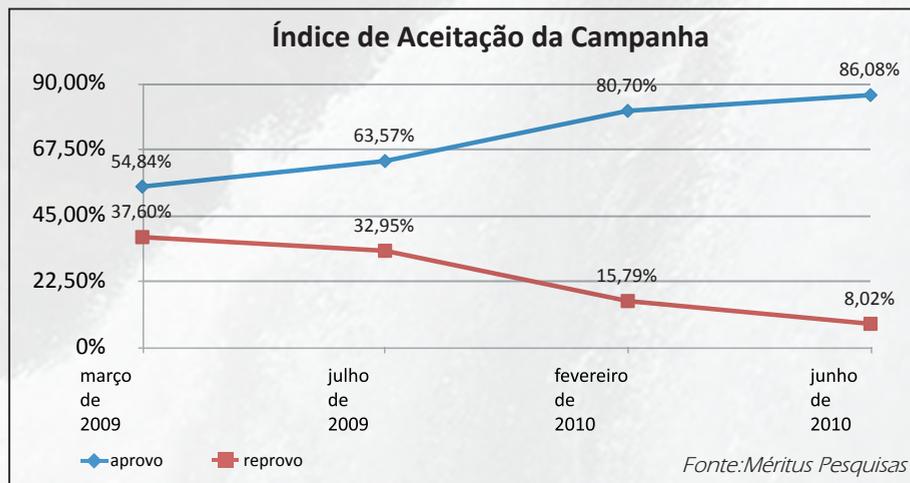
*Acesse [www.sacoeumsaco.com.br/blog](http://www.sacoeumsaco.com.br/blog) e assista aos vídeos produzidos pela campanha de redução de sacolas plásticas do Município de Xanxerê. Os vídeos foram veiculados durante o primeiro semestre de 2009, nos canais abertos de TV.*



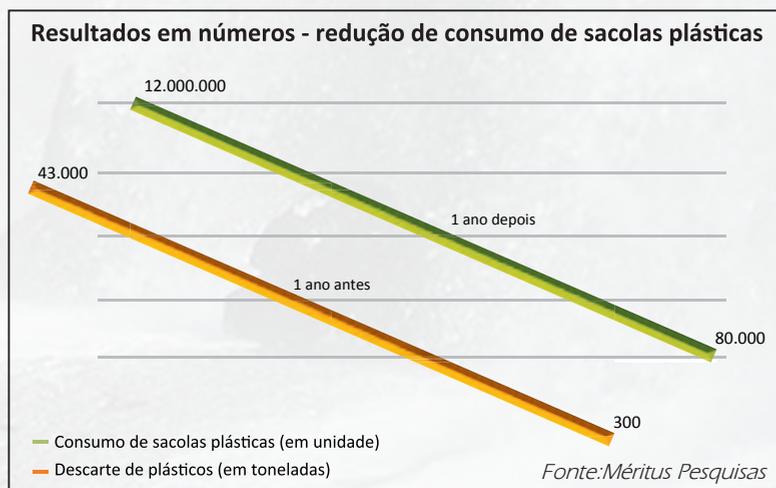
<http://www>

## 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)  
Jupirá (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.sacoeumsaco.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  
AEEEL – 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.