



Manual

de comunicação social
e engajamento para
a gestão de resíduos



CLIMATE &
CLEAN AIR
COALITION
TO REDUCE SHORT-LIVED
CLIMATE POLLUTANTS

Apresentação

01





O presente manual faz parte do escopo do projeto de assistência técnica para a gestão de resíduos sólidos de Curitiba/Brasil, implementado pela Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (ABRELPE), com os recursos financeiros da Climate and Clean Air Coalition e sua Municipal Solid Waste Initiative (CCAC MSWI). Trata-se de um dos produtos da atividade 2 do projeto – “Aprimoramento das ações de comunicação e sensibilização na gestão de resíduos sólidos urbanos (RSU) voltada à mitigação das emissões de SLCPs ¹”. Uma das inspirações para a elaboração deste manual foram as apresentações realizadas no Workshop Novas Práticas de Comunicação na Gestão dos RSU, outro produto da atividade 2 do projeto, o qual reuniu especialistas/representantes governamentais municipais, nacionais e internacionais que atuam na comunicação para a gestão de RSU.

O objetivo do manual é trazer reflexões, conceitos e ferramentas contemporâneas para instrumentalizar gestores municipais no engajamento dos cidadãos e demais atores para o cumprimento de suas responsabilidades dentro da gestão de resíduos, e cujos desafios vão do consumo consciente à melhor destinação desses materiais.

A publicação parte e trabalha com uma premissa: não conseguiremos transformar comportamentos de consumo e descarte apenas com mensagens. Este modelo vertical de comunicação não é capaz de gerar o engajamento necessário para atingir o objetivo de mudar nossa relação com os resíduos. Faz-se necessário horizontalizar a comunicação e o próprio processo de geração de soluções, trazendo a sociedade para trabalhar junto, permitindo que se aproprie do problema e das soluções.

Neste sentido, este manual começa com um breve panorama da evolução cultural dos resíduos nas últimas décadas e caminha com reflexões sobre o papel da comunicação neste processo. Por fim, apresenta uma série de boas práticas para o desenho estratégico de projetos públicos de gestão de resíduos, bem como ferramentas contemporâneas e inovadoras que podem ser usadas para aumentar o nível de envolvimento ativo da sociedade com o tema.

Por trás do lixo estão as pessoas, e é com elas que construiremos novas cidades.

¹Poluentes Climáticos de Vida Curta (PCVC), por exemplo o metano e o carbono negro, que contribuem com o agravamento do aquecimento global.

Sumário





Capítulo 01

Apresentação02

Capítulo 02

Panorama da evolução cultural dos resíduos06

Capítulo 03

Comunicação social no século XXI10

Capítulo 04

Boas práticas de comunicação e engajamento.....14

Capítulo 05

Como começar?.....22

Agradecimentos.....26

Panorama da evolução cultural dos resíduos





No início da década de 90, um tempo em que a questão dos resíduos ainda estava distante da massa populacional urbana em geral, a ECO92 fez emergir o termo “reciclagem”, o qual iniciaria uma longa jornada para se tornar conhecido e compreendido. O desafio era introduzir o tema e um novo comportamento.

Passadas quase três décadas, o termo hoje é amplamente disseminado na sociedade, fruto de empenhos difusos por meio da educação, pelos meios de comunicação, pelo poder público, por ações do setor privado e pela própria sociedade civil. No decorrer destes anos, inauguraram-se esforços para a correta destinação de outras categorias de resíduos, como os eletrônicos (que viveram uma explosão nos últimos 20 anos) e os resíduos orgânicos – fração extremamente representativa do total de RSU, mas ainda pouco reconhecida e compreendida pela população e com baixa oferta de serviços e soluções pelas municipalidades. A compostagem dos resíduos orgânicos, como uma das possibilidades de tratamento, talvez se encontre no mesmo ponto que a reciclagem estava há 30 anos – algo ainda pouco explorado, com um nome estranho, mas com potencial (e necessidade) de se naturalizar enquanto prática.

Neste mesmo período, a questão ambiental (de forma ampla) ganhou destaque e expressões contemporâneas – da moda e estilo de vida à tecnologia e o marketing de causas. Os alimentos orgânicos estabeleceram um novo ideal de alimentação e os próprios padrões de vida urbana vêm sendo ressignificados com a emergência de novos fenômenos, como a agricultura urbana, os brechós e feiras de troca, o consumo local e ético, entre outros, trazidos, principalmente, por uma juventude que foi educada sob valores da colaboração, sustentabilidade e com uma intensa pressão por identidade e expressão.

Hoje, a questão ambiental é muito mais do que “salvar o planeta” – ela tem a ver com valores e práticas que constituem a vida contemporânea – ainda que haja sempre uma grande distância entre valores e práticas. As transformações de comportamento que as mudanças climáticas exigem estão ligadas não apenas com restrições e esforços, mas também com estilos de vida cada vez mais valorizados nas sociedades urbanas, como a alimentação orgânica, a economia circular, o fazer com as próprias mãos, o espírito comunitário e mesmo outros aspectos como a mobilidade limpa, saúde, bem estar e educação. Estes aspectos são altamente estratégicos para o engajamento de cidadãos nas políticas públicas de resíduos.

Na questão dos RSU, precisamos avançar da ideia de “**salvar o planeta**”, que remete a tudo aquilo que já foi deteriorado pela ação humana e traz o sentimento de tristeza e culpa, para a noção de “**idades inteligentes**”, que remete ao futuro, traz otimismo e está em linha com os novos fenômenos urbanos acima citados.

Resíduos Sólidos



Comida Orgânica



Saúde e Bem estar



Infância e Educação



Faça você mesmo



Do berço ao berço



Produção Local



Agricultura Urbana



Esta perspectiva de uma cidade inteligente não se baseia apenas no aspecto estrutural/tecnológico, mas especialmente na forma como os cidadãos vivem e constroem a determinada cidade.



Sob este olhar, a autonomia, criatividade e participação da sociedade civil são tão importantes quanto a estrutura oferecida.

Em outro aspecto, a noção de “responsabilidades compartilhadas”, onde o gerador (seja a indústria, seja o consumidor) também é responsável pelos resíduos, coloca o cidadão numa posição diferente de outrora. Sua participação passa a ser ativa, minimizando o aspecto voluntário e reforçando o viés da prática cívica.

O trabalho de assegurar o envio apenas de rejeitos para aterros sanitários deve basear-se em ao menos quatro premissas: **1. Oferecimento de estrutura ampla**, para os mais variados tipos de resíduos; **2. Exemplo**, correta destinação e tratamento dos resíduos públicos; **3. Propostas práticas**, oferecendo não apenas mensagens estimulantes, mas meios para o cidadão atuar e; **4. Protagonismo Cidadão**, tanto na mobilização quanto na geração de soluções.

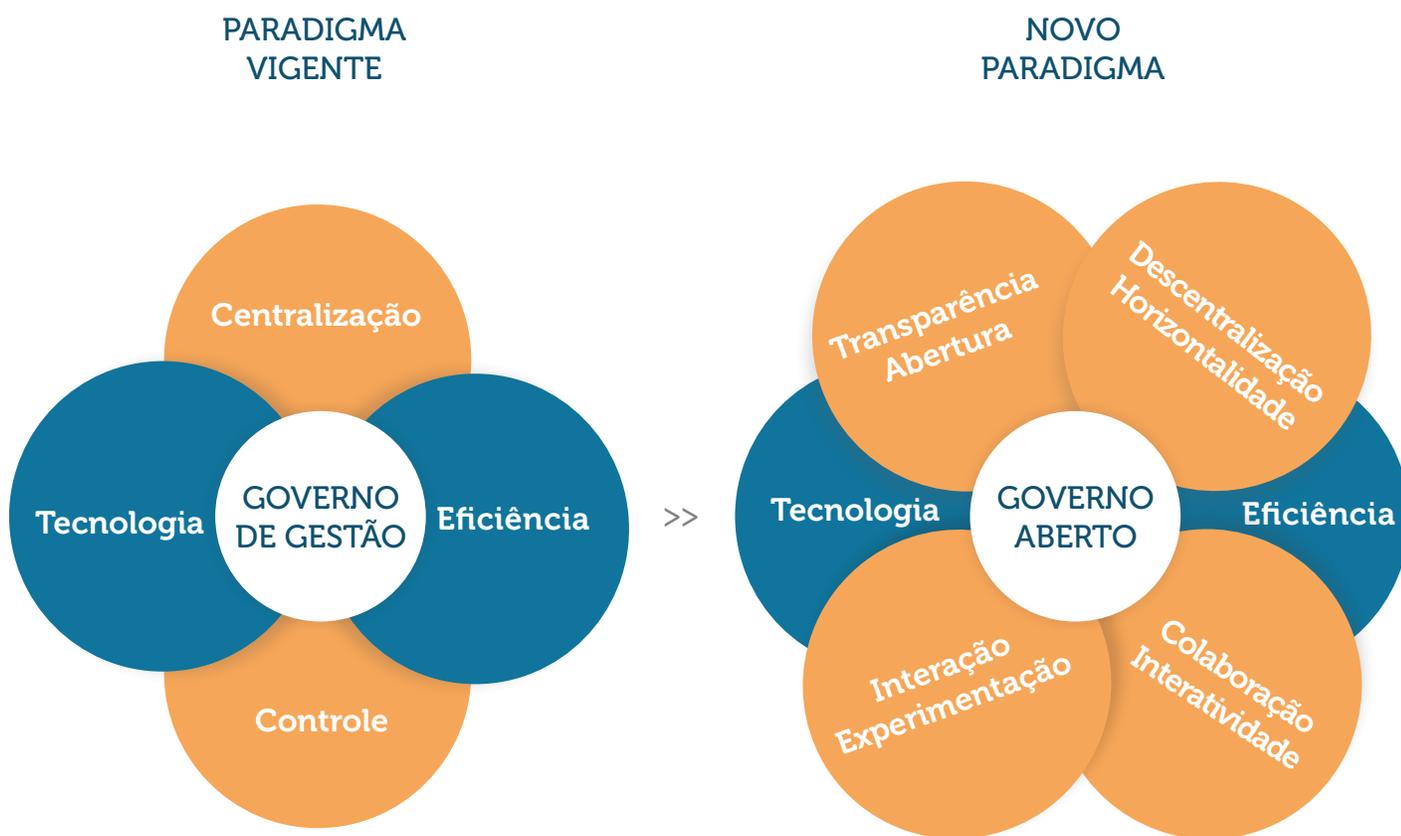
A respeito deste último aspecto, trazemos algumas reflexões no próximo bloco.

Comunicação social no século XXI



Thomas Kuhn trouxe um pensamento para as Ciências também aplicável para a Gestão Pública: a diferença entre EVOLUÇÃO e REVOLUÇÃO é que a primeira trata dos avanços dentro de um arcabouço conhecido, enquanto a segunda estabelece um NOVO PARADIGMA

Estamos vivendo uma revolução na gestão pública pois deixamos a lógica de gestão para a lógica de governo aberto, onde a sociedade não apenas DEMANDA, mas PROVÊ as soluções.

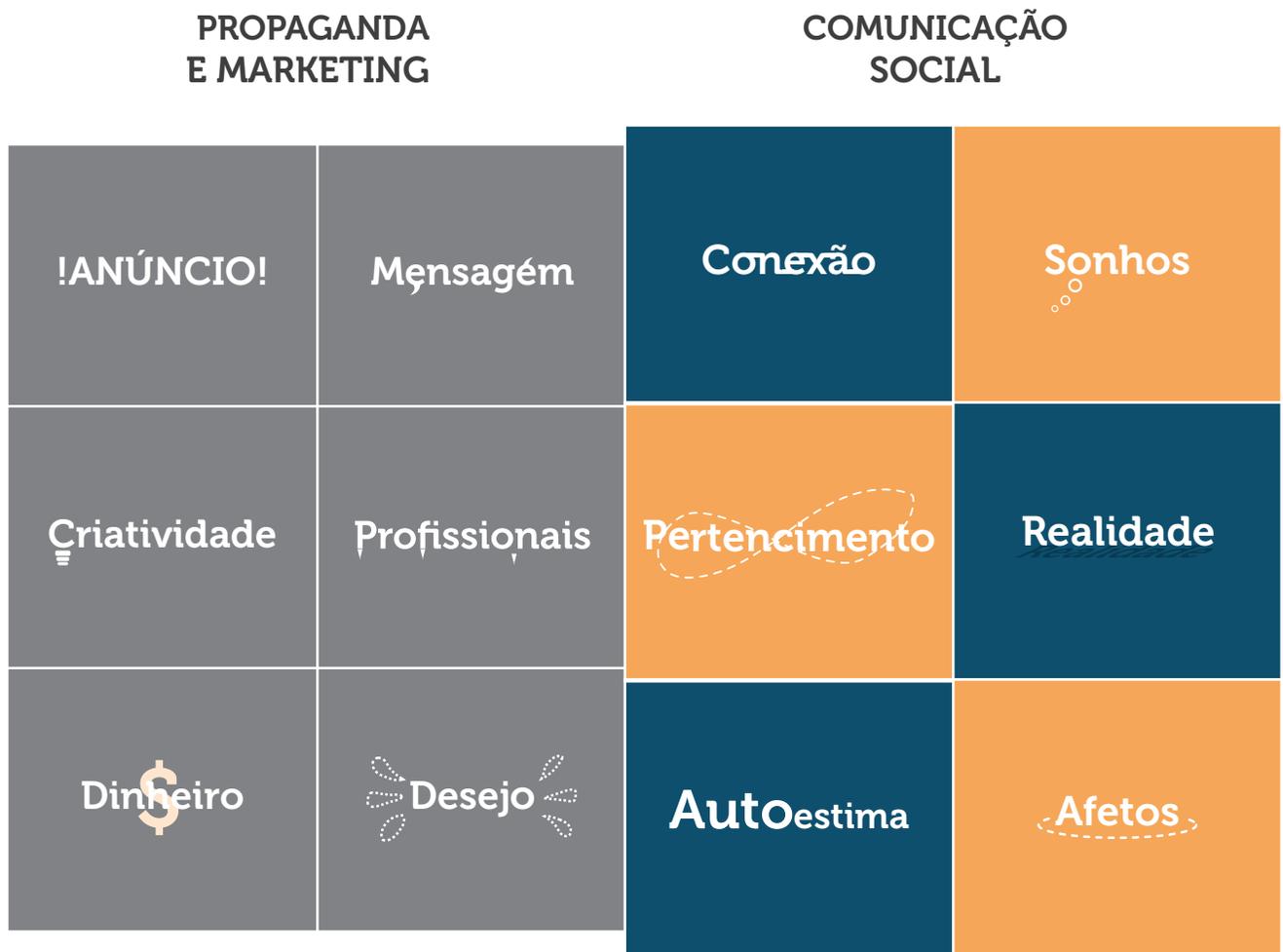


A ideia de Governo Aberto não diz apenas sobre transparência - elemento certamente fundamental. Governo Aberto é uma visão de gestão que reconhece que as soluções para os mais variados tipos de desafios **RESIDEM NA SOCIEDADE**. Desta forma, o Governo Aberto é uma

proposta de modelo que pretende incorporar aspectos como a experimentação e a colaboração para a solução de questões públicas, colocando o cidadão e a sociedade não apenas como beneficiários de uma ação, mas como coautores.

Esta filosofia vem sendo aplicada desde o início dos anos 2000, especialmente no campo das soluções tecnológicas. O exemplo mais claro e simbólico disso é o aplicativo WAZE, que por meio dos dados dos usuários, consegue realizar uma leitura do tráfego de forma mais precisa e eficiente do que os sistemas públicos centralizados. Nesta mesma linha, existem diversos outros exemplos que mostram que a sociedade civil e sua inteligência coletiva tem maior capacidade na geração de soluções inovadoras, replicáveis e customizáveis.

Mas não é só no campo da tecnologia que a ideia de descentralização e inteligência coletiva tem valor. A própria comunicação pública também vive sua revolução. Ao longo dos últimos 50 anos, a comunicação social foi referenciada (e aprisionada) pelo conceito de Propaganda e Marketing. Mas, comunicação social não é apenas sobre falar (produzir mensagens) - é também sobre escuta, diálogo e aprendizado.



Para a grande parte das questões de gestão, o diálogo com a sociedade é feito com base em campanhas por parte dos governos. Certamente, o alto investimento em comunicação trouxe muitos êxitos no passado. Contudo, com o aumento global da produção de conteúdo, hoje estratégias baseadas apenas em campanhas de comunicação mostram-se pouco capazes de alterar comportamentos e atingir objetivos. É preciso mais do que mensagens informativas ou inspiradoras. É preciso envolver a sociedade e permitir que ela se aproprie do problema, dos objetivos e das soluções. No caso particular de transformações no comportamento de geração e descarte de resíduos, mais ainda, por se tratar de uma prática que acontece diariamente, em ambiente privado e ligada a escolhas íntimas e de consumo, logo, com identidade e expressão. Isto nos desafia a encontrar formas de realizar políticas públicas e ações COM as pessoas, e não apenas PARA elas.

É TEMPO DE FAZER

POLÍTICAS PÚBLICAS

~~PARA~~

COM

AS PESSOAS

Boas práticas de comunicação e engajamento





A mobilização social para a transformação de comportamentos cívicos conta com diversas outras ferramentas, para além da comunicação direta, inspiracional ou informativa. O protagonismo do cidadão (e de grupos), inclusive na geração de soluções, é conteúdo; e tem outras características de impacto, profundidade, capilaridade e geração de engajamento. Este protagonismo precisa ser estimulado, mapeado, valorizado e estrategicamente utilizado. Abaixo, algumas boas práticas para o desenho de estratégias de mobilização para resíduos.

Mapeamento de atores

Conhecer os atores locais que já desenvolvem trabalhos com resíduos sólidos, como ONGs, coletivos, artistas, comunidades, associações. Mapear os atores e suas ações serve tanto para a articulação de esforços quanto para conhecer mais profundamente aspectos culturais da comunidade e soluções inovadoras.

Definição de aliados

Partindo da premissa do interesse coletivo, todo projeto público conta com aliados naturais: pessoas que já trabalham com o tema, ou que têm acesso e conhecimento sobre o público-alvo. Neste sentido, é importante reconhecer quem são os aliados locais que podem reverberar os esforços. Educadores, catadores de recicláveis, empresários, acadêmicos, coletivos autogeridos são exemplos que devem ser trazidos à mesa.

Comunicação pelo exemplo

De maneira geral, uma das formas de comunicação mais efetivas é o exemplo – sensibilizar e instruir pela prática. Desta forma, uma das maneiras mais potentes de sensibilizar e engajar os cidadãos em boas práticas de descarte de resíduos é o trabalho efetivo com os resíduos gerados pela própria municipalidade. É importante que o cidadão, ao frequentar equipamentos públicos (como parques, escolas e hospitais), verifique um real esforço do Estado, aplicando na prática aquilo que espera dos cidadãos (segregação e destinação corretas).

Compartilhamento de problemas, objetivos e soluções

A comunicação pública tem a tendência de focar naquilo que já foi realizado, ressaltando qualidades e feitos da gestão – por isso, não explora muito o aspecto do imaginário, daquilo que há por fazer e, geralmente, poupa a população do entendimento profundo do problema. Compartilhar de forma transparente as deficiências, necessidades e capacidades atuais, assim como os objetivos de longo prazo, tem grande importância no diálogo público e pode resultar em uma maior participação da sociedade na geração de soluções.

Ser o "first follower"

First follower é aquele que reconhece o valor de uma iniciativa e a apoia, fazendo com que cresça. Desde cedo, somos ensinados que, para criar transformações na sociedade precisamos liderar movimentos. De fato, este é um caminho. Mas também é possível, especialmente no caso da atuação em resíduos por parte das municipalidades, ser o *first follower* de iniciativas já criadas. Isto significa reconhecer a solução proposta, dar visibilidade e, talvez, recursos para a ampliação do movimento. O compromisso deve ser com o objetivo, não com o protagonismo.

Protagonismo Cidadão

Vivemos em um tempo onde as pessoas têm perfis digitais e o compartilhamento de ideias e do próprio cotidiano são massivos – Eu sou o que eu faço (ou publico). Por isso, precisamos reconhecer a importância da autoexpressão na participação dos cidadãos em ações e questões públicas e criar mecanismos para que as pessoas tenham um benefício pessoal em fazer parte. Reconhecer e amplificar a voz das pessoas, permitindo com que se expressem e se apropriem da ação em questão, pode exercer um grande papel no engajamento e adesão.

Não precisamos de todos. Precisamos daqueles que realmente se importam

Precisamos entender que resíduos (geração e descarte) são questões culturais, cujos hábitos foram formados ao longo de muitos anos. Para fazer uma transformação cultural, precisamos recriar a cultura, e isto demanda tempo e atuação da própria sociedade. É preciso reconhecer que nem todos irão aceitar e adotar novos hábitos instantaneamente. Por isso, é mais interessante focar naqueles que têm alguma afinidade com o tema ou que já estão dispostos a rever hábitos e iniciar novas práticas. Focar em públicos estratégicos (jovens, educadores, vegetarianos, bikers), além de garantir sucesso e bons feedbacks da fase piloto, vai ajudar na construção de cultura.

Acolher voluntários e entusiastas

Na mesma linha do ponto anterior, o acolhimento do voluntariado é fundamental. Em todas as cidades existem ao menos algumas pessoas para as quais as pautas ambientais (principalmente de resíduos) são realmente importantes. As municipalidades precisam criar canais de diálogo e acolhimento para as pessoas que querem compreender e exercer melhores práticas de resíduos e, especialmente, multiplicar os conhecimentos. Preparar e dar suporte às pessoas que querem realizar trabalhos em suas redes e territórios é uma estratégia de baixo custo e alto impacto.

Micro-targeting (estratégias de público)

A atuação com crianças em escolas já é uma prática bem estabelecida da educação ambiental. Contudo, é preciso expandir o mapeamento e as estratégias de público. Existem diversos agrupamentos sociais definidos não apenas por questões sociodemográficas, mas também atitudinais. Realizar um bom mapeamento de públicos e definir estratégias e ações específicas é uma forma de capilarizar ações e direcionar discursos. Devemos nos perguntar: o que levaria os jovens a participarem desta ação? Como faremos para que os idosos e aposentados fiquem sabendo e participem? Como os comerciantes de um determinado bairro podem contribuir e participar? Estas perguntas nos levarão à ações direcionais simples e potentes.

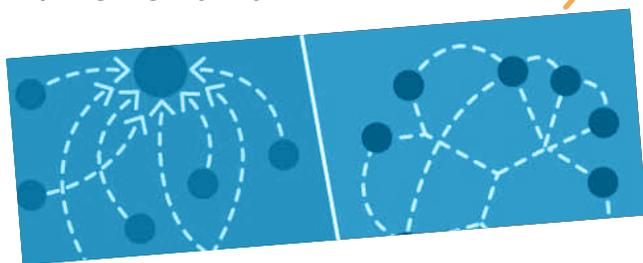
Lógicas e ferramentas

Listamos abaixo algumas ferramentas e lógicas contemporâneas que podem ser utilizadas de forma isolada ou combinadas, desempenhando papel relevante em projetos de resíduos sólidos urbanos:

Realidade Virtual

Ferramenta que, por meio do entretenimento, aproxima o usuário de uma realidade desconhecida. Pode ser utilizado para “levar” os cidadãos aos aterros sanitários, às centrais de triagem e outros locais relacionados à gestão de resíduos.

Conheça esta aplicação sobre a Amazônia:
<https://goo.gl/HfGz0j>



Crowdsourcing

Uso de dados e de inteligência coletiva, como no caso já mencionado do Waze. Um uso interessante foi no projeto Composta São Paulo, onde municípios iniciaram a prática da compostagem doméstica e participavam de um grupo de facebook onde o suporte era dado tanto por técnicos do projeto, quanto por outros participantes mais experientes, gerando soluções customizadas.

Design de informação

Disciplina que, por meio da estética e organização de informações, busca tornar a comunicação visual mais atrativa e inteligível. No tema de resíduos, é fundamental na sinalização para qualificar a segregação na fonte.

Conheça a ferramenta para impressão de cartazes da prefeitura de São Francisco/EUA:
<https://goo.gl/9pxhR5>



Lógica de código aberto

Projetos de lógica aberta, permitindo à sociedade a colaboração e incremento de melhorias. Esta lógica pode permitir a replicação e evolução de projetos e conteúdos, bem como redução de investimento público, por meio da programação aberta e licenças livres.



Plataformas participativas

Plataformas digitais que visam colaboração, fiscalização e validação social para projetos de impacto público. Podem ser utilizadas para a criação de programas públicos de melhoria do descarte e tratamento de resíduos.



API's de Geolocalização

Ferramentas gratuitas que permitem localizar num mapa pontos de interesse, sejam aparelhos públicos ligados à educação ambiental e descarte de resíduos, sejam de iniciativas da sociedade civil ligadas ao tema.

Conheça a ferramenta de geolocalização de árvores de Nova Iorque/EUA: <https://goo.gl/oukavn>



Crowdfunding

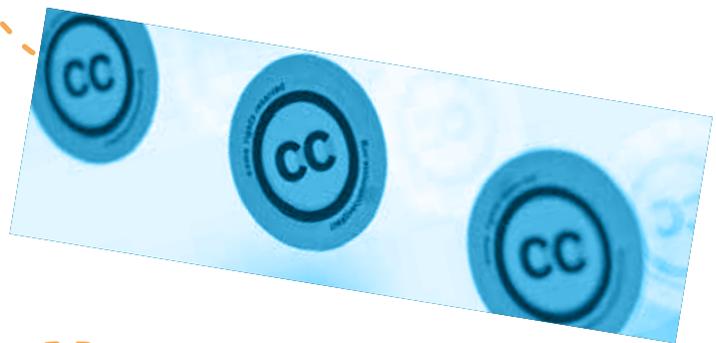
Financiamento coletivo de projetos. Uma forma de coletar recursos (financeiros e humanos), para a realização de uma iniciativa. Financiamento coletivo de projetos. Uma forma de coletar recursos (financeiros e humanos), para a realização de uma iniciativa. Um exemplo interessante é o projeto brasileiro da escola pública "Diret Jamir Dagir", que buscou financiamento coletivo para implementar uma proposta pedagógica que incluía a questão ambiental e que contribuía para mudar atitudes e hábitos, incluindo a compostagem de 100% dos resíduos orgânicos da escola.

Conheça a iniciativa: <https://goo.gl/ruaYVa>

Creative Commons

Licença livre que permite a utilização de conteúdos por outros atores da sociedade. Devem ser estabelecidos como premissas na construção de todo conteúdo público sobre resíduos e sustentabilidade urbana, permitindo o uso por outras instituições, ampliando assim a disseminação.

Conheça o manual de pequenos jardins urbanos do Composto São Paulo, feito em livre licença: <https://goo.gl/TvpiLR>



Acervo aberto

Repositórios digitais livres que reúnem conteúdos (vídeos, textos, artigos, etc). Podem ser utilizados para criar um repertório público qualificado de conteúdos para quem quer se capacitar e se aprofundar no tema dos resíduos.

Conheça a biblioteca aberta sobre permacultura, bioconstrução e sustentabilidades: <https://goo.gl/AVDfrL>



Bot's

Softwares (ou robôs) que automatizam atendimento para usuários, resolvendo perguntas frequentes e questões customizadas. Podem ser utilizados para responder perguntas dos cidadãos quanto aos diferentes descartes, por exemplo.





Hackthons

Maratonas de desenvolvimento de projetos e aplicações, com participação da sociedade. Pode ser utilizado para reunir atores da sociedade civil no desenvolvimento de projetos para ampliação da adesão social aos programas de descarte de resíduos e outros temas relacionados.

Conheça o Hackthon da ONU para os ODS": <https://goo.gl/QbebVi>

Maker's space e Labhacker's

São espaços públicos ou privados que visam a orientação, capacitação e fornecimento de ferramentas para que pessoas materializem projetos. Podem ser grandes aliados no desenvolvimento de inovações, como composteiras domésticas adaptadas, trituradores para resíduos de jardim e mesmo dispositivos eletrônicos e digitais que possam ser úteis para o melhor descarte e tratamento de resíduos.

Conheça os FabLabs da Prefeitura de São Paulo: <https://goo.gl/wKdwJt>



Matchfunding

Segue a mesma lógica do crowdfunding mas permite a participação de empresas privadas no aporte financeiro. Geralmente, estabelece-se que, quando um projeto atinge uma determinada quantia, a instituição apoiadora aporta o mesmo valor arrecadado, ampliando o montante. Uma forma interessante de dar visibilidade ao tema e permitir a participação de outros atores da sociedade.



Webseries

Formato audiovisual de internet que possibilita o aprofundamento de informações e a criação de relacionamento baseado em conteúdo, e que tem aspectos de entretenimento. Podem ser utilizadas tanto para publicizar as ações do município em relação aos resíduos quanto para conscientizar e capacitar os cidadãos em boas práticas de redução e qualificação de descarte.

Conheça a webserie "Lixo é só o começo": <https://goo.gl/6SPqWW>



Comunidades Digitais

Grupos temáticos (em plataformas distintas) para discussão e articulação social. Podem ser utilizados tanto para fomentar discussões e criação de soluções quanto para a disseminação de informações.

Conheça a comunidade digital do "Composta São Paulo": <https://goo.gl/hEzwS1>



Influenciadores digitais

Pessoas que adquiriram audiência própria e relevante, por meio de canais digitais de conteúdo, geralmente focados em um campo temático (alimentação saudável, sustentabilidade, moda, política, etc). Podem ser utilizados para reforçar mensagens, distribuir conteúdos e, especialmente, dar novas linguagens a conteúdos pré-estabelecidos.

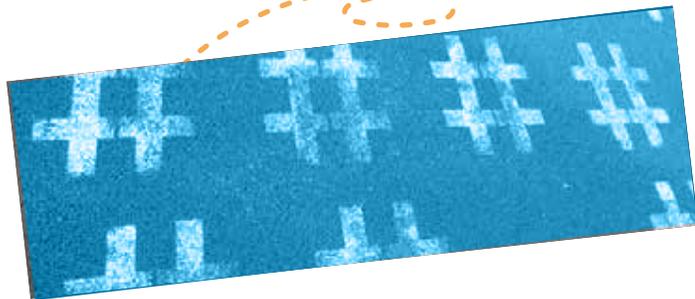
Conheça o "Canal da Bela": <https://goo.gl/UCEkKi>



Conteúdo de usuários

São conteúdos criados pelos próprios usuários, de forma amadora, mas que, em conjunto, formam algo significativo e de alta visibilidade. Um exemplo disso são as #Hashtags que organizam conteúdos individuais dentro de uma proposta coletiva. Podem ser utilizados como forma de gerar protagonismo e participação em ações domésticas de resíduos (#compostagem, #segregaçãonafonte).

Experimente a #CloseDumpsites nas redes sociais



Games

Com a geração videogame (nascidos na década de 80) tornando-se chefes de família, o setor deixou de ser voltado apenas ao universo infantil e passou a ser parte da cultura global. Produzir um game para ensinar e estimular a segregação na fonte, compostagem, entre outros, é uma forma de criar interesse pelo tema.

Conheça o game "Clean City" da Prefeitura de Curitiba: <https://goo.gl/fqWUaM>



Gammification

Lógica de jogos aplicados a programas e ações públicas. Desafios, recompensas, fases, elementos lúdicos e diversão, que ressignificam as experiências cotidianas. Podem auxiliar na conscientização e prática dos cidadãos em relação ao descarte de resíduos, gerar diálogo público e visibilidade.

Conheça esta ação da Volkswagen:

<https://goo.gl/2TWCQR>

Intervenções urbanas

Um conceito amplo, em que cabem desde instalações físicas a intervenções performáticas (teatros e flashmobs). Um uso interessante no campo dos resíduos foi dado pela cidade de Buenos Aires, onde uma grande corrida de rua foi organizada dividindo dois times (recicláveis em cor verde, e os orgânicos em cor preta) que saem do mesmo ponto, mas seguem percursos distintos, metaforizando a separação de resíduos na fonte.

Conheça esta intervenção urbana: <https://goo.gl/jzyxhy>



Como começar?





Agora que você já conhece os desafios, oportunidades e ferramentas contemporâneas da comunicação e engajamento para a gestão de resíduos sólidos urbanos, é hora de colocar em prática um projeto experimental. Para isso, trazemos algumas sugestões sobre como organizar e planejar os passos

1 Forme uma equipe intersecretarial e multidisciplinar

Um time formado por pessoas de formações e atuações diversas, aproximando os diversos núcleos municipais (saúde, educação, comunicação, serviços públicos, etc).

2 Verifique as leis e metas já estabelecidas para resíduos no município

O levantamento de leis, normativas e metas de resíduos do município pode revelar caminhos, necessidades e oportunidades de atuação. Este conhecimento é fundamental para dar segurança jurídica e mesmo revelar possibilidades de financiamento do projeto.

3 Definição técnica e política sobre o(s) desafio(s) que queremos enfrentar

A soma do olhar técnico sobre necessidades e soluções disponíveis e do olhar político (dos pactos e esforços a serem empenhados) é fundamental para o alinhamento das estratégias e sucesso das ações.

4 Conheça o histórico de ações e resultados já obtidos pelo município

O histórico de ações pode gerar muito aprendizado, seja para aproveitar formatos de sucesso, seja para evitar erros do passado.

5 Mapeie os atores locais e seus modelos de ação

Conheça, entenda e convide para as construções as pessoas e organizações locais que realizam trabalhos com resíduos e sustentabilidade urbana. A experiência e criatividade da sociedade civil aliadas ao conhecimento técnico dos servidores públicos é a chave para um projeto criativo e eficiente.

6 Desenvolva o planejamento do projeto de forma colaborativa e organizada através de um CANVAS

CANVAS é um modelo de organização de idéias para o planejamento de negócios e projetos. O canvas abaixo foi especialmente desenvolvido para facilitar processos de criação e planejamento de projetos de RSU.

Problema/ Oportunidade Qual problema/ oportunidade estamos tentando trabalhar?	Ideia Qual é a nossa proposta?	Públicos Quais públicos queremos atingir e qual envolvimento esperamos deles?	Comportamentos esperados Quais comportamen- tos esperamos alcan- çar/transformar?
Mecânica de participação Quem pode participar e de que formas?	Comunicação e relacionamento Como nos comuni- caremos e nos rela- cionaremos com os participantes e ou- tros envolvidos? Que canais e estratégias utilizaremos?	Ações de engajamento Que ações serão feitas para engajar e motivar as pessoas a partici- parem e apoiarem?	Mensagens Quais mensagens queremos passar? Teremos um slogan?
Parceiros Quem são os parceiros internos (governo) e externos (sociedade) da iniciativa? Quais são os atores importantes a serem envolvidos?	Impacto exponencial Como a sociedade pode colaborar, ampliando o impacto da ação? Como estimular e instrumen- talizar essa cooperação?	Recursos necessários Quais recursos (finan- ceiros, humanos, tec- nológicos, logísticos, etc) são necessários? Como obtê-los?	Metas e métricas Quais metas quere- mos alcançar? Como vamos medi-las?

A ideia do CANVAS é gerar um mapa visual das características, estratégias, recursos, metas e diversos outros pontos relevantes para um bom desenho de projeto. Experimente utilizá-lo e sinta-se livre para fazer alterações ou inclusões dos aspectos que julgar necessários para o melhor planejamento do projeto.

7 Compartilhe com a sociedade em busca de sugestões

Crie pontos de contato para que a população (os beneficiários ou outros aliados locais) possa contribuir criativamente (e também com recursos), se sinta parte e se aproprie do projeto. Ouvir e incluir os servidores públicos que irão operar o projeto também é fundamental. Plataformas digitais podem ser excelentes campos para o diálogo mas, se não for possível, reuniões abertas e rodas de conversa são ferramentas de baixo custo que também são eficientes.

8 Crie mecanismos de avaliação participativa e esteja aberto a mudar de estratégias

Metas numéricas são importantes para mensurar os resultados. Mas também é fundamental a criação de formas de verificação de subjetividades – surpresas, pontos fortes, pontos fracos e, especialmente, oportunidades geradas a partir do projeto. Para isso, enquetes, pesquisas e monitoramentos digitais são de grande valor. Além disso, é importante que o desenho do projeto permita alterações de rota e direcionamento de esforços aos pontos que se mostrem mais sensíveis. Planejamento é importante, mas a capacidade de observação e reação é um fator essencial, muitas vezes negligenciado pelas municipalidades.

9 Apresente resultados e aprendizados para toda sociedade

A prestação de contas do projeto, com seus resultados e aprendizados, não deve ser feita apenas para os gestores, por meio de relatórios formais e de linguagem inacessível ao grande público. Ela deve ser primordialmente voltada à sociedade, por meio de linguagem acessível e convidativa, gerando debates e um legado.

Agradecimentos

Registramos aqui nossos agradecimentos aos representantes do Ministério do Meio Ambiente do Brasil, Autoridade Municipal de Limpeza Urbana de São Paulo (AMLURB); Companhia Municipal de Limpeza Urbana do Rio de Janeiro (COMLURB); Serviço de Limpeza Urbana do Distrito Federal (SLU); a Prefeitura Municipal de Curitiba e sua Secretaria de Meio Ambiente, bem como os representantes de Lima, Peru e Buenos Aires, Argentina, pela participação no Workshop de Comunicação, cujas apresentações foram fundamentais para a elaboração deste manual.

Agradecemos também ao Center for Clean Air Policy (CCAP) pelo suporte na pesquisa das ações de comunicação para a gestão de RSU da América Latina e às cidades integrantes da Rede Regional Latinoamericana de Resíduos Sólidos da CCAC pela disponibilização de informações. Finalmente, mas não menos importante, agradecemos ao especialista Marco Ricci pela assistência e revisão dos materiais produzidos no escopo do projeto.

Perfil Técnico

Concepção e Coordenação: Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (ABRELPE) / secretaria@abrelpe.org.br

Fundada em 1976, a ABRELPE é uma associação civil sem fins lucrativos com atuação pautada nos princípios da preservação ambiental e do desenvolvimento sustentável, e seu objetivo principal é promover o desenvolvimento técnico-operacional do setor de resíduos sólidos no Brasil. Desde 2014 é implementadora de projetos de âmbito municipal e nacional da Iniciativa de Resíduos Sólidos Municipais da CCAC.

Consultor especialista: Guilherme Turri (guilherme.turri@gmail.com)

Há 15 anos atua com pesquisa de comportamento e consumo, investigando as subjetividades individuais e coletivas que moldam hábitos e comportamentos sociais. Há 4 anos, vem dedicando-se ao estudo e execução de projetos que visam a transformação de comportamentos de geração e descarte de resíduos, atuando com municipalidades, Ministério do Meio Ambiente e entidades privadas ligadas ao tema. Foi coordenador de pesquisa, estratégia, conteúdo e mobilização do projeto Composta São Paulo, a maior iniciativa brasileira de vermicompostagem doméstica.

Colaboradores:

Gabriela G. P. Otero: Coordenação Técnica (gabriela@abrelpe.org.br)

Fernanda Romero: Assessoria Técnica

Gustavo Alencar: Design



**CLIMATE &
CLEAN AIR
COALITION**
TO REDUCE SHORT-LIVED
CLIMATE POLLUTANTS



**CLIMATE &
CLEAN AIR
COALITION**
TO REDUCE SHORT-LIVED
CLIMATE POLLUTANTS