



MILLION
ACTS OF BLUE

UN MANUAL DE HERRAMIENTAS PARA UN FUTURO SIN PLÁSTICO

Un llamado a personas de todo el mundo para crear acciones que obliguen a minoristas, negocios y empresas a reducir el uso y la producción de plásticos de un solo uso

Tabla de Contenidos

Acción 1: Aprende, comparte y únete	5
Acción 2: Envía una carta al editor	15
Acción 3: Haz que los supermercados no usen plástico	20
Acción 4: Haz que los restaurantes y cafeterías se deshagan de los plásticos de un solo uso	28
Acción 5: Un lobby para la prohibición de plásticos de un solo uso	33
Acción 6: Organiza una limpieza comunitaria con auditoría de marcas	42
Acción 7: Organiza un grupo comunitario para un futuro sin plásticos	46

¡GRACIAS POR DESCARGAR UN MILLÓN DE ACTOS AZULES:

UN MANUAL DE HERRAMIENTAS ¡PARA UN FUTURO SIN PLÁSTICO!

**LA CONTAMINACIÓN
PLÁSTICA ESTÁ EN
TODAS PARTES,
Y ¡TODOS DEBEMOS
AFRONTARLA!**

Todos y todas hemos visto imágenes desgarradoras de playas cubiertas de desechos plásticos y de animales con plástico en sus estómagos. Es fácil sentirse abrumado y frustrado porque en nuestra vida cotidiana estamos rodeados de productos de plástico de un solo uso y no tenemos otras alternativas. Nuestros esfuerzos por reducir nuestra huella de plástico y reciclarlo son admirables e importantes, pero, a menudo, nos imponen popotes, bolsas, botellas y envases de plástico antes de que tengamos oportunidad de rechazarlos; también a veces necesitamos productos que sólo se ofrecen en paquetes de plástico. **Somos una máquina descompuesta, atascada con plástico, ¡y las personas que la controlan no la apagarán!** La buena noticia es que juntos podemos arreglarlo. Y este es el plan:

Greenpeace, junto con muchas otras organizaciones del movimiento #BreakFreeFromPlastic, está realizando una campaña mundial para detener el problema de la contaminación por plástico desde su origen: las empresas que lo producen y los gobiernos que no regulan dicha producción.

**CREEMOS EN UN
MUNDO LIBRE DE
PLÁSTICOS DE UN
SOLO USO,
Y ESTAMOS
UNIDOS PARA
CONSTRUIRLO.**

Hay un movimiento cada vez más grande de personas que rechazan la vieja narrativa de que los plásticos desechables son inevitables y que depende de cada individuo hacer cambios en sus vidas diarias para resolver la epidemia de plástico. En cambio, **nos estamos uniendo a través de «Un millón de actos azules» en defensa de nuestro hermoso planeta azul, para generar el verdadero cambio que necesitamos para asegurar un futuro libre de plagas, uno más saludable para nuestras familias, para nuestras comunidades y para las especies que llaman «hogar» a este planeta.** Estamos responsabilizando a las compañías, instando a los gobiernos a tomar medidas enérgicas y defendiendo un estilo de vida que nos reconecte entre nosotros y con la belleza del planeta que queremos proteger.

**¿QUÉ ES UN
ACTO AZUL?**

Cambiamos el rumbo de la contaminación plástica tomando medidas que, en primer lugar, eviten la producción de plástico de un solo uso. Inspirados en el amor por nuestro increíble planeta azul y en la necesidad urgente de proteger nuestros océanos, cursos de agua, paisajes y comunidades.

Nos alegra que te hayas unido y queremos apoyarte en el cambio que harás en tu espacio del mundo.



APRENDE, COMPARTE Y
ÚNETE

ACCIÓN

#1



APRENDE



COMPARTE



ÚNETE



A veces, cuando nos apasiona un tema, pensamos que todos deberían saber al respecto. Una forma de asegurarse de eso es compartir tu conocimiento y alentar a otros a unirse a tus Actos Azules para un Futuro Sin Plásticos o hacer que ellos mismos tomen medidas.

Si eres maestro, estudiante o una persona interesada en aprender más sobre la contaminación plástica y compartir ese conocimiento, hemos preparado algunos recursos para ayudarte a dar una presentación inspiradora a tus alumnos, compañeros o comunidad y hacer que se unan al movimiento sin plásticos. En esta sección encontrarás: hechos e información; 2 presentaciones de PowerPoint; material para repartir y consejos sobre cómo las personas pueden tomar medidas.

Si deseas organizar un evento para reunir a personas y hablarles sobre este tema, a continuación puedes encontrar algunos consejos sobre algunos buenos recursos que puedes usar y sobre las cosas que debes tener en cuenta para la planificación y promoción de eventos.



APRENDE



VISIÓN GENERAL DEL PROBLEMA

La contaminación plástica está plagando cada rincón de nuestro planeta azul. Desde la parte más profunda de nuestros océanos hasta senderos forestales remotos, desde el hielo ártico hasta las riberas locales y las playas de anidación de tortugas. Nuestra cultura de usar y tirar está destruyendo nuestro medio ambiente. Se está produciendo demasiado plástico desechable y sólo una pequeña fracción de lo que se produce se reutiliza o se recicla. Una vez en un vertedero o en el medio ambiente, el plástico no se degrada naturalmente; en cambio, absorbe otros productos químicos tóxicos, se descompone en pedazos pequeños y produce una contaminación generalizada o ingresa a la cadena alimentaria marina a través de la ingestión de la fauna silvestre. También se ha encontrado en sal marina, agua potable, ¡incluso en cerveza! Millones de toneladas de plástico llegan a nuestros océanos cada año y, a menos que detengamos el flujo de plástico en su origen, nos vamos acercando a un punto sin retorno para el planeta.

A las corporaciones se les ha permitido la producción en masa y la promoción del consumo desenfrenado de productos de un solo uso durante años; y los gobiernos no están haciendo lo suficiente para que éstas rindan cuentas. Las empresas continúan eludiendo la responsabilidad de los productos que venden, responsabilizan a sus clientes y a las comunidades afectadas por la contaminación plástica de la vida silvestre.

[Datos e información esenciales](#) ▶

[Preguntas frecuentes](#) ▶



COMPARTE

Existen muchas maneras en que puedes compartir información con alguna audiencia sobre la contaminación plástica. Podrías dar un discurso mencionando algunos hechos clave y contar una historia sobre cómo te inspiró este problema, hacer una presentación en PowerPoint con imágenes e información para cautivar a tu público, organizar un debate y hacer algunas preguntas rápidas basadas en la información proporcionada antes. También puedes proyectar una película que contenga los principales problemas de la contaminación plástica que deseas que las personas aprendan. Sólo lleva a cabo la opción que te resulte más cómoda y la que mejor se adapte para ¡Motivar a tu audiencia!

Aquí te proporcionamos dos presentaciones de PowerPoint. Una es para un público más joven, de 12 años o menos; y la otra es para un público mayor, de 13 años en adelante. Tú conoces mejor a tu audiencia, así que elige la presentación que más te convenga. También hemos incluido los enlaces a un cartel y a un separador descargables que se pueden utilizar para promocionar tu evento y darle algo a los participantes para que lo lleven a casa.

[PPT para 12 años y menores ▶](#)

[PPT para 13 años en adelante ▶](#)

[Haz clic aquí](#) para ver el cartel descargable

[Haz clic aquí](#) para ver el separador descargable para repartir a los participante

ORGANIZA UNA PROYECCIÓN DE CINE LIBRE DE PLÁSTICOS

Las proyecciones de películas pueden ser una excelente manera de aumentar el conocimiento y la conciencia de las personas sobre un tema, de una manera agradable y sin confrontación. Si ya formas parte de un grupo de voluntarios locales de Greenpeace, también es una excelente forma de reclutar nuevas personas y establecer contactos con otras organizaciones y personas locales.

Pasos para organizar una proyección exitosa

1. **Elige la película.** Elegir la película correcta es importante porque ésta debe reflejar los mensajes sobre el problema y las soluciones que deseas comunicar a tu audiencia, o al menos no contradecirlos. Dependiendo de la audiencia que deseas atraer, es posible que quieras elegir una película basada en lo que crees que tendrá más impacto. Cada vez hay más películas y documentales relacionados con el plástico. Si estás organizando un grupo pequeño, no tienes que preocuparte por solicitar permiso del realizador cinematográfico, pero si planeas formar un grupo grande y/o cobrar efectivo por la admisión, es posible que debas verificar los términos de la película para asegurarte de que tienes derecho a seguir adelante.
2. **Elige un lugar.** Encuentra un lugar, elige una fecha, márcala y obtén una cotización. Elige una fecha por lo menos con un mes de anticipación para dedicar suficiente tiempo a promocionar tu evento. Si estás organizando una reunión más pequeña en tu hogar o en un espacio comunitario, entonces no te preocupes por anunciarla.
3. **Consigue el equipo.** Si el lugar no lo proporciona, encuentra y cotiza un equipo de proyección y bocinas (un buen sonido es importante). Puedes considerar un micrófono, pero eso depende de cuán grande sea el espacio y de la acústica.



COMPARTE

4. **¿Cuál es tu presupuesto?** Una vez que tengas una idea de los costos, decide si el evento será gratuito o si vas a cobrar para cubrir los gastos. Los eventos gratuitos son más accesibles, aunque podrías requerir una planificación más avanzada para acceder a lugares y equipos gratuitos.
5. **Promueve, promueve y promueve.** Crea páginas PÚBLICAS de Facebook y [Greenpeace Greenwire](#), asegúrate de compartirlo a través de todas las plataformas en línea a las que estés conectado. Tuitéalo y envía un correo electrónico a todos tus conocidos. Publicar carteles en tableros para anuncios también puede ser una buena manera de correr la voz.
6. **Contacta a Greenpeace.** Greenpeace puede ayudarte a amplificar tu evento. Podemos enviar un correo electrónico para invitar a partidarios en el área local a tu evento. Por favor, danos al menos tres semanas de anticipación ya que nuestra programación de correos electrónicos toma algún tiempo. También podemos promocionar tu evento en las cuentas de Facebook y Twitter de Greenpeace durante algún tiempo. [Contáctanos para incluir a Greenpeace en tus planes: ceroplastico.mx@greenpeace.org](mailto:ceroplastico.mx@greenpeace.org)

Consejos y próximos pasos

Planificación y promoción

- Si es posible, forma un equipo organizador y decidan, por ejemplo, quién será responsable de: el lugar, el montaje, el desmontaje, el diseño e impresión de carteles, la promoción, la recepción, etc.
- Decidan quién presentará la película y si quieren invitar a alguien para dar una charla o para organizar una discusión después de la película, es decir, a alguien asociado con el tema de la película. Siempre es mejor invitar a los anfitriones y oradores en persona, sin embargo, también puedes considerar a personas a través de videoconferencias de Skype si te sientes cómodo con la tecnología. ¡Un aviso anticipado es clave cuando se invita a participar a los anfitriones y a los invitados!
- Conózanse entre ustedes y sepan la capacidad de su equipo: ¡tomen suficiente tiempo para planificar, promover y tener éxito!



COMPARTE

- Pidan un descuento al reservar lugares y equipos: les sorprendería la frecuencia con que esto funciona.
- Si van a cobrar la entrada para pagar los costos del evento, hay sitios web de venta de boletos que pueden usar. También pueden agregar un enlace a las páginas de Facebook y Greenwire de sus eventos para que la gente pueda comprar sus boletos en línea.
- Al crear un evento en Greenwire asegúrense de que sea PÚBLICO. Como «creador» de un evento, puedes usar la sección «administrar inscripciones» para enviar correos electrónicos a las personas que han confirmado su asistencia al evento. Asegúrense de agradecerles por registrarse; envíenles actualizaciones y recordatorios del evento a medida que se acerque la fecha. Si venden boletos anticipadamente, incluye el enlace «comprar boletos» en los correos electrónicos y dentro de la publicación del evento en Greenwire.
- Compartan el evento en Facebook o Twitter y animen a otros miembros del grupo a hacer lo mismo. Para eventos grandes, también podrías preguntar si el cineasta lo compartiría a través de sus redes para ayudar a promocionarlo compartiendo las publicaciones.
- Pídele a los miembros del grupo que inviten a amigos y a familiares.
- Invita a alguien de tu grupo a diseñar un cartel para usarlo en línea y en espacios públicos.
- Pongan carteles en el lugar, en cafeterías, bares, bibliotecas, centros comunitarios, etc.
- Inviten a otros grupos de base o comunitarios. Inviten a todo el mundo y publiciten en cualquier lugar.
- Pónganse en contacto con los medios locales y pídanles que promocionen su evento; en Twitter, pedir un retweet puede ser una forma rápida y fácil de hacerlo.
- Revisen el DVD, archivo de video o enlace por adelantado para asegurarse de que no esté defectuoso. Si es posible, pruébenlo utilizando el equipo real que utilizarán para evitar problemas técnicos durante la proyección.
- Si organizas una discusión después, asegúrate de poner al tanto a oradores e invitados para estar en la misma página sobre el contenido, el tiempo y otras expectativas.



COMPARTE



Día del evento

- Lleguen temprano y asegúrense de tener ayudantes para hacer varias cosas, incluyendo: el acceso, el saludo a las personas, la interacción y la venta de bocadillos.
- Si tienen el material, hagan una lista de registro para seguir en contacto con los invitados.
- Pídanle a las personas que se registren cuando lleguen, sería una buena idea tener a la mano una computadora portátil o tableta para hacerlo digitalmente o, mejor aún, ¡pídanle que firmen la [petición de Greenpeace](#) cuando lleguen.
- Antes de comenzar la película, asegúrense de que alguien les dé la bienvenida a los invitados y de que les presente la película. Si es apropiado en su región, por favor, hagan un reconocimiento a las tierras indígenas.
- Después de la película, no se olviden de agradecer a las personas por asistir. Anímenlos a firmar el compromiso de Greenpeace, hablesles sobre Un Millón de Actos Azules: un Manual de Herramientas para un Futuro Libre de Plásticos e invítenlos a unirse a la [página de Facebook de Greenpeace](#) para mantenerse informados sobre la campaña y para unirse a una comunidad online.
- Si forman parte de algún grupo local de Greenpeace o están pensando en comenzar uno, cuéntenles sobre su visión y objetivos, también díganles cuándo será la próxima reunión/evento.



Además de crear conciencia sobre la crisis y las soluciones de la contaminación plástica, un gran resultado de reunir a las personas para hablar sobre un tema o ver una película es inspirarlos a la acción. Tienes la atención de las personas, así que sácale provecho para ver quiénes están interesados en emprender su propio Acto Azul para un futuro sin plásticos.

Terminen su evento mencionando las diversas formas en que los participantes pueden involucrarse.

Acciones sugeridas que los niños pueden tomar

1. Crea un grupo para un Futuro Libre de Plásticos en tu escuela o con amigos y familiares.
2. Pídele a tus padres que firmen la petición de Greenpeace y que descarguen el manual de herramientas para ver qué cosas puede hacer con su familia o amigos.
3. Haz un video con tus compañeros de clase o con amigos sobre lo que planean hacer para ayudar a detener la contaminación plástica.

Acciones sugeridas que los adolescentes y adultos pueden tomar

1. Firma la petición de Greenpeace en actua.greenpeace.org.mx/liberate-del-plastico y descarga el manual de herramientas.
2. Comparte lo que aprendiste en una publicación en tus redes sociales con #BreakFreeFromPlastic #MillionActsOfBlue y #YosinPlásticos.
3. Habla con tus amigos y familiares sobre cómo crear un grupo para un Futuro Libre de Plásticos en su comunidad.

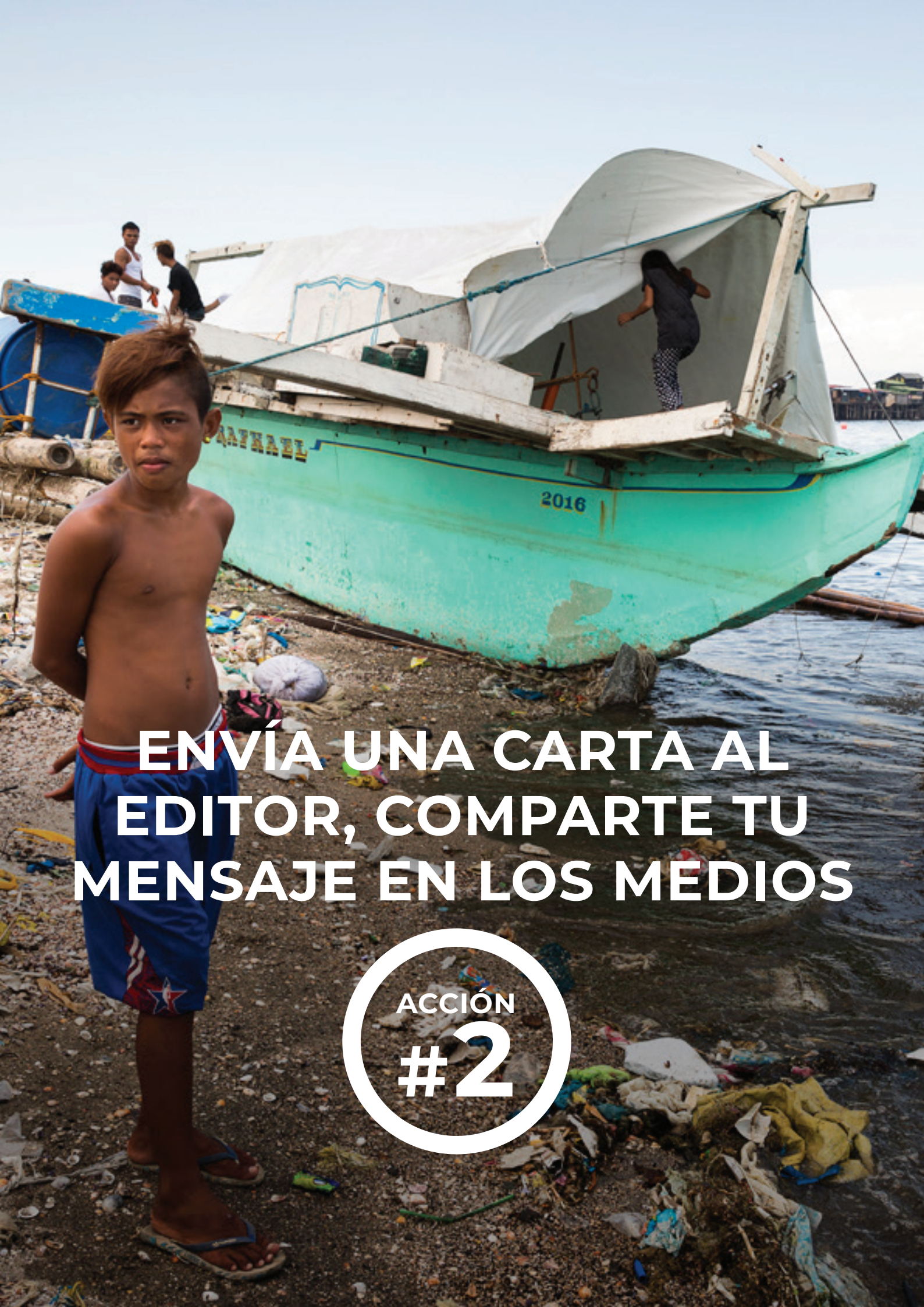
Después del evento, manténganse en contacto

- Envía a los asistentes un correo electrónico de seguimiento y agradéceles nuevamente su presencia. Proporciona enlaces a la petición de plásticos y al manual de herramientas y marquen cualquier otra fecha local importante.
- **¡Manténganos informados!** Por favor, haznos saber cómo les fue enviándonos un correo electrónico con fotos explicando lo más importante a ceroplastico.mx@greenpeace.org
- **¡Corre la voz en redes sociales!** Haz que alguien publique un blog, video o fotos del evento en las redes sociales usando los hashtags #BreakFreeFromPlastic #MillionActsofBlue y #YoSinPlásticos.
- **¡Aborda otra sección del manual de herramientas!** ¿Están inspirados como para hacer más? ¡Descarguen otra sección y manténgannos al tanto de cómo podemos apoyarlos en otro Acto Azul!

Otros grupos que toman medidas sobre el plástico

Conoce a nuestros aliados en el movimiento en www.breakfreefromplastic.org/

Créditos de foto: © Will Rose, Cherie Bridges, Shailendra Yashwant, Biel Calderon/ Greenpeace



**ENVÍA UNA CARTA AL
EDITOR, COMPARTE TU
MENSAJE EN LOS MEDIOS**

ACCIÓN
#2



ENVÍA UNA CARTA AL EDITOR, COMPARTE TU MENSAJE EN LOS MEDIOS



Los medios de comunicación tradicionales, como periódicos, televisión, revistas, la radio y el formato digital, siguen siendo algunas de las mejores opciones para alcanzar un gran número de personas.

Presentar una carta al editor

Redactar una carta al editor en tu periódico local puede ser una forma efectiva de compartir información con otras personas en tu región o para informar a la gente sobre un asunto particular importante. ¡Aquí te damos algunos consejos!

1. **Comienza con la prensa local.** Es más probable que veas tu carta publicada en la prensa local que en la nacional, por lo que un diario popular local o regional sería un buen lugar para empezar. Antes de continuar, consulta el sitio web para ver los requisitos para enviar una carta.
2. **Reacciona a las noticias.** A los editores de periódicos les gusta recibir cartas relacionadas con noticias actuales, así que si ves publicado algo sobre la contaminación plástica o sobre un tema relacionado, tendrás más probabilidades a tu favor si respondes rápidamente; por ejemplo, si los funcionarios del gobierno hacen un anuncio sobre una iniciativa que aborda la contaminación plástica, puedes enviar una carta donde se pida que el gobierno tome medidas concretas y que establezca objetivos de reducción ambiciosos. Si una empresa anuncia una política de plástico con soluciones falsas, podrías presentar una carta solicitando al CEO que tome medidas reales mediante la eliminación progresiva de plásticos de un solo uso. Asegúrate de hacer referencia al artículo publicado en tu carta.



3. **Las revistas son una excelente opción.** Muchas revistas también tienen secciones de cartas al editor. Si quieres tocar a un público determinado, por ejemplo, a padres que leen revistas sobre crianza y que podrían experimentar la misma sensación de frustración que tú en el supermercado local cuando intenten hacer una compra libre de plástico. Explora una revista que sea popular y revisa cuándo es su próxima fecha de publicación.
4. **Sé breve.** Idealmente, una carta al editor debería contener entre 200-250 palabras; son muy pocas líneas, así que es importante ir directo al grano. [Aquí hay una carta muestra](#) que puede darte una idea de la extensión y del enfoque, también puedes encontrar [aquí algunos mensajes clave](#) para redactar la tuya.
5. **Aumenta el interés.** Lo mejor que puedes hacer para atraer la atención de los lectores es tener un título atractivo. El título debería hacer que el lector se interese. Entonces, organiza tu carta para dar una comprensión clara del tema que tratas y de la solución o acciones que estás proponiendo. También es útil proporcionar un sitio web donde las personas puedan encontrar más información al respecto.
6. **No te rindas.** Incluso si tu carta es excelente, puede que no sea publicada porque otro tema está monopolizando la atención de los medios o porque el periódico recibió una cantidad significativa de cartas ese día. ¡Persevera! Entre más frecuentemente escribas, mayores posibilidades tendrás de ser publicado. ¡Prueba suerte en otro periódico si es necesario!



¿Tu carta fue publicada? ¡Felicidades!

Redactar una carta al editor en tu periódico local puede ser una forma efectiva de compartir información con otras personas en tu región o para informar a la gente sobre un asunto particular importante. ¡Aquí te damos algunos consejos.

1. **¡Mantennos informados!** Por favor, háznoslo saber y envíanos el enlace o una foto de tu artículo a ceroplastico.mx@greenpeace.org
2. **¡Corre la voz en redes sociales!** Comparte tu artículo en las redes sociales y agrega los hashtags #MillionActsofBlue y #BreakFreeFromPlastic.
3. **¡Aborda otra sección del manual de herramientas!** ¿Estás inspirado para hacer más? Descarga otra sección y ¡mantente en contacto con nosotros para que te apoyemos en otro Acto Azul!

Llama a un programa de radio de línea abierta

Con la radio, así como con los medios impresos, es importante abordar las noticias cuando estén sucediendo y responder rápidamente. Con más y más medios cubriendo la contaminación plástica y otros temas relacionados, hay más oportunidades para ayudar a replantear un diálogo público que se enfoque en la fuente real del problema y que dé las soluciones reales. Aquí hay algunos aspectos a considerar.

1. **Determina el propósito de tu llamada.** ¿Quieres opinar sobre un anuncio reciente del gobierno o sobre la publicación de un nuevo estudio sobre contaminación plástica? ¿Quieres explicar al público qué medidas tomar o cómo unirse al movimiento? ¿Ambas cosas?
2. **Escribe tus mensajes clave con anticipación.** La clave para ser un buen portavoz es prepararse e, idealmente, memorizar dos o tres mensajes clave. Una ventaja de estar en la radio es que puedes consultar textos de esos mensajes cuando llames. Algunos ejemplos de los mensajes clave se pueden encontrar [aquí](#)



3. **Toma notas sobre lo que ya se ha dicho.** Esto te permitirá argumentar y responder a lo que otros oradores ya han dicho, sin repetir lo que dijeron.
4. **Mantente tranquilo y concentrado.** No olvides hablar despacio, articular correctamente y, lo más importante, respirar.

¿Ya terminó tu entrevista? ¡Bien hecho!

- **¡Manténnos informados!** Por favor, envíanos el enlace del programa en que participaste a ceroplastico.mx@greenpeace.org
- **¡Corre la voz en redes sociales!** Comparte tu entrevista en las redes sociales y agrega los hashtags #MillionActsofBlue y #BreakFreeFromPlastic.
- **¡Aborda otra sección del manual de herramientas!** ¿Están inspirados como para hacer más? ¡Descarguen otra sección y manténgannos al tanto de cómo podemos apoyarlos en otro Acto Azul!

Otros grupos que toman medidas sobre el plástico

Conoce a nuestros aliados en el movimiento en www.breakfreefromplastic.org/

Créditos de foto: © Daniel Müller, The 5 Gyres Institute, Chanklang Kanthong, Greenpeace

A woman with her hair in a bun, wearing an orange hoodie and blue jeans, is walking in a city square. She is carrying a large, heavy sack filled with plastic waste over her shoulder. The sack is overflowing with various types of plastic, including bottles, bags, and other debris. In the background, there is a modern glass building and a tall, ornate column. The sky is blue with some clouds.

HAZ QUE LOS
SUPERMERCADOS NO
USEN PLÁSTICO

ACCIÓN

#3



HAZ QUE LOS SUPERMERCADOS NO USEN PLÁSTICO



Los supermercados, grandes y pequeños, son un punto de venta de plásticos de un solo uso. En la mayoría de las tiendas de abarrotes o bodegas, es casi imposible evitar los productos en envases de plástico, lo que dificulta la elección de productos libres de plástico. Estamos condicionados a pensar que nuestras frutas y verduras deben ser envueltas en plástico por razones sanitarias y de protección y, a pesar de que la naturaleza ya pensó en eso, de todas formas lavamos nuestros productos antes de comerlos. Aunque muchas personas se han unido al movimiento de traer su propia bolsa, las bolsas de plástico de un solo uso siguen presentes en los pasillos y cajas de todo el mundo; y ése es sólo un ejemplo de los numerosos artículos de plástico de un solo uso que se ofrecen.

Para muchas personas ya es suficiente y están pidiendo no solo pasillos libres de plástico, sino también experiencias de compra sin plástico. Los mercados de cero residuos están apareciendo en todo el mundo y, recientemente, una importante cadena de supermercados en el Reino Unido e Islandia prometió dejar de envolver los productos de su propia marca en plásticos de un solo uso. Cada vez más empresas ofrecen sus bebidas o productos en contenedores reutilizables o recargables; y los alimentos a granel están comenzando a resurgir. Se están logrando progresos, pero **necesitamos que las principales cadenas de supermercados y otros almacenes actúen para reducir su huella de plástico y producir la escala de cambio necesaria.**

Los gerentes y ejecutivos de supermercados están constantemente escuchando lo que sus clientes hacen y lo



que no quieren. Si compartes tu deseo de un supermercado libre de plásticos, puedes ayudar a proporcionar el incentivo necesario para avanzar en la dirección correcta.

Puedes influir de muchas maneras diferentes en tu tienda de abarrotes local o en una importante cadena de supermercados. Puedes enviarle un correo electrónico al gerente o al CEO, entregar personalmente una carta al gerente de la tienda o en la sede central de la compañía, programar una reunión con el gerente o un ejecutivo de la compañía, enviar un mensaje a través de las redes sociales etiquetándolos o, si no quieren recibir tu solicitud, puedes aumentar la presión sobre ellos iniciando una petición o visitando una tienda para tomar acción directa.

¿Qué queremos que hagan los supermercados?

1. Crear una política de reducción de plástico de un solo uso y un plan de transición que incluya consideraciones de responsabilidad social.
2. Eliminar gradualmente los envases de plástico de un solo uso, por ejemplo, bolsas de plástico, productos como botellas, bolsitas, etc.
3. Invertir en envases reutilizables y nuevos sistemas de entrega.
4. Extender la responsabilidad del productor, es decir, que asuma la responsabilidad total (social y ambiental) y que exija lo mismo a los proveedores durante todo el ciclo de vida del producto y de su embalaje.
5. Aumentar la transparencia midiendo y reportando la reducción de plásticos y la producción de desechos, así como sometiéndose a auditorías.



Comienza

Una vez que hayas determinado la tienda local o la cadena de supermercados que deseas cambiar, necesitarás investigar en Internet o en la tienda quiénes son los que toman las decisiones. Con quien hables dependerá del tamaño y estilo de la cadena. Si se trata de una tienda independiente pequeña, posiblemente puedas hablar directamente con el propietario, mientras que para una cadena grande, puedes dirigirte al gerente de la tienda en un inicio y esperar para involucrar al CEO si el gerente no parece interesado en tomar acciones. Una búsqueda en Internet a menudo puede proporcionar la información necesaria, pero las direcciones de correo electrónico no siempre están disponibles, por lo que puedes usar la dirección de correo electrónico para solicitar el nombre y la información de contacto de la persona adecuada. También puedes llamar o visitar una tienda para determinar quién está a cargo.

Envía un correo electrónico o escribe una carta

Ya sea que envíes un correo electrónico o que escribas una carta, lo más importante es tener claro lo que estás solicitando. ¿Estás escribiendo para solicitar una reunión? ¿Estás escribiendo para expresar tu preocupación e instar a la acción? ¿Estás escribiendo para conocer la política de la tienda sobre la reducción de plástico y residuos de un solo uso? ¿Todas las anteriores? Las cartas más efectivas no sólo expresan preocupación, sino que también solicitan una respuesta de alguna forma para ayudar a reunir información y comenzar un diálogo.

Aquí hay algunos lineamientos para un correo electrónico o para una carta

- ¿Por qué estás enviando el correo electrónico?
- ¿Cuál es tu preocupación o cuál es el problema?
- ¿Qué propones que haga la empresa al respecto?
- ¿Cómo puede abordar tu preocupación la empresa?
- Agradéceles por su atención a este asunto.



¿Cuál es tu preocupación o cuál es el problema?

Si deseas utilizar algunos datos sobre la contaminación del plástico para ayudar a informar a tu contacto sobre la urgencia de la situación y sobre su papel para ayudar a resolverla, puedes consultar la hoja informativa que se encuentra [aquí](#). Incluso puedes encontrar información en línea sobre cuánto desperdicio produjo la compañía o cualquier estadística, dependiendo de si un informe de responsabilidad social corporativa se publica anualmente o si una organización ambiental ya ha realizado alguna revisión. De no ser así, esas son preguntas que puedes hacer en tu correo electrónico, carta o entrevista en persona.

¿Qué propones que haga la empresa al respecto?

Aquí es donde harás una pregunta específica o una serie de preguntas a la compañía. ¿Qué puede hacer la empresa para abordar el problema de la contaminación plástica? ¿Qué puede hacer específicamente la persona a la que le estás escribiendo? Los supermercados pueden tomar varias medidas inmediatas para reducir su dependencia y ventas de plástico de un solo uso. Las preguntas se detallaron anteriormente y puedes encontrar algunos [mensajes clave](#) aquí que te ayuden a proporcionar contexto. Para un correo electrónico o una carta inicial, es importante proporcionar suficiente información para inspirar a las personas a actuar y, a la vez, no proporcionar tanta como para abrumarlas. Recuerda que la persona a la que estás contactando tiene muchas responsabilidades que atender, al igual que todos, por lo que ser cortés y conciso puede ser muy útil.

¿Cómo puede abordar tu preocupación la empresa?

Esta es la parte del correo electrónico o carta en la que solicitarás reunirte con ellos para analizar el asunto más a fondo y solicitarles sus planes para abordar el problema. Si el correo electrónico o carta es para un CEO, tal vez no sea inmediatamente posible tener una reunión, pero no está de más preguntar. Y si no obtienes una respuesta, ¡no te rindas, tu persistencia puede dar resultados!



Entregando una carta

Si es que no recibes una respuesta o ésta no aborda tus inquietudes, una forma de dar el siguiente paso es visitar la tienda. Y cuando se trata de llamar la atención de una empresa, presentarse en persona suele ser la mejor opción. Pasa por la tienda y pregunta por el gerente. Si éste no está disponible y deseas dejar tu carta, asegúrate de que tu información de contacto esté en la carta, también solicita la dirección de correo electrónico de la persona para que puedas hacer un seguimiento y asegurarte de que la recibió.

Concertación y preparación para una reunión

Lo primero es lo primero, haz una cita. Los gerentes de las tiendas y los ejecutivos de la compañía son personas ocupadas, así que solicita una cita para que tengan tiempo de hablar contigo. Una vez que la reunión esté asegurada, **prepara lo que quieres decir.** Asegúrate de tener cualquier información de respaldo a la que puedas recurrir si es necesario. Te sentirás más cómodo si anotas algunos puntos clave que te gustaría tratar, así como preguntas que te gustaría hacer. Brindar suficiente contexto a la persona con la que te estás reuniendo siempre es una buena idea para que pueda obtener una comprensión clara del asunto que te gustaría tratar. Procura **que tus peticiones sean claras.** Prepárate para terminar la reunión cuando hayas expuesto el asunto y determínalo de antemano. **Evita soluciones falsas y temas escabrosos.** No trates de hablar sobre cosas que no tienes claras. Es fácil cometer ese error, pero no hay nada de malo en decir que investigarás algo y que después responderás. Las soluciones falsas, como las que se encuentran [aquí](#), pueden ser algo que la persona con la que te estás reuniendo haya considerado hacer o de lo que haya oído hablar, así que ten claras las soluciones desde tu punto de vista y evita otras.

Sé consciente de tu lenguaje corporal y tono. Ser genuino, justo y de mente abierta puede ayudarte a generar confianza y simpatía, así como a relajar a la otra parte si es que se siente nerviosa. No seas demasiado formal, pero sé profesional. Dirígete como a cualquier persona y respeta su espacio para



hablar. Hacer preguntas y ser contemplativo es importante para construir una buena relación. Puede ser que la persona con la que estás hablando no tenga todas las respuestas ni toda la capacidad de tomar decisiones, así que ten en cuenta lo que esa persona aporte a la conversación. **Una vez que hayan tenido la reunión**, escribe una nota de agradecimiento o un correo electrónico y recapitula los compromisos adquiridos o los próximos pasos. Incluso si la reunión no fue como tú esperabas, éste es un paso importante en la construcción de una buena relación, crearás un diálogo y le mostrarás a la persona que respetas su tiempo, incluso si no estás de acuerdo con sus decisiones de comprar plásticos de un solo uso.

Crea una petición

Hay varias herramientas que se pueden usar para crear una petición. A continuación, enumeraremos algunas de las más populares y te daremos consejos sobre cómo hacer que tu petición sea exitosa. Al igual que escribir una carta o correo electrónico eficaz, asegúrate de que lo que deseas que haga la empresa sea claro, para ello, aprovecha las preguntas descritas anteriormente. Para las peticiones, dirígete al CEO o al dueño de la tienda local, suele ser una excelente manera de llamar la atención de la empresa. Una vez que la hayas creado, asegúrate de compartirla ampliamente en las redes sociales y solicita a tus amigos que hagan lo mismo. Una vez que tenga un número sólido de firmas, piensa cómo entregarás la petición. Hay muchas maneras de hacerlo: por correo electrónico, imprimiendo las firmas e incluyéndolas en un paquete para entregar o que enviarás por correo; o en combinación con una visita a la tienda con otras personas interesadas para así generar una atención mayor.

www.usatupoder.org

www.change.org/start-a-petition

www.thepetitionsite.com/create-a-petition.html

www.ipetitions.com/

Usa las redes sociales

Con las compras en línea y la popularidad de las redes sociales, muchas empresas están contactando a sus clientes en línea.



Una forma de llamar su atención es publicar una pregunta o invitación a una acción en las redes sociales y etiquetando a la empresa que deseas que tome medidas. Ya sea a través de un mensaje de Twitter, una publicación de Instagram o de Facebook. Es muy importante aclarar lo que la empresa está haciendo mal y lo que puede hacer, dicha tarea es más fácil en Facebook, ya que en Twitter los caracteres son limitados. Una imagen vale más que mil palabras, así que si estás en tu tienda local, mirando fijamente un plástico de un solo uso, toma una foto al momento y compártela en las redes sociales etiquetando a la empresa con tu pregunta. ¡Asegúrate de etiquetarlo con #BreakFreeFromPlastic!

Emprende alguna acción en las tiendas

Si te comunicaste con la empresa, intentaste o lograste reunirte con ellos y aún no ves el compromiso de actuar de parte de ellos, tomar acción directa puede ser una opción efectiva. Únete a Greenwire o ponte en contacto con nosotros en ceroplasticos.mx@greenpeace.org para obtener más información sobre cómo puedes obtener la atención de una empresa o cómo apoyar las campañas de Greenpeace centradas en los supermercados en diferentes países.

¿Has visto progreso en tu supermercado? ¡Fantástico!

- **¡Manténnos informados!** Envíanos información sobre los resultados a ceroplastico.mx@greenpeace.org
- **¡Corre la voz en redes sociales!** Comparte cualquier compromiso o desarrollo positivo realizado por tu supermercado y agrega los hashtags #MillionActsofBlue #BreakFreeFromPlastic y #YosinPlásticos.
- **¡Aborda otra sección del manual de herramientas!** ¿Están inspirados como para hacer más? ¡Descarguen otra sección y manténgannos al tanto de cómo podemos apoyarlos en otro Acto Azul!

Otros grupos que toman medidas sobre el plástico

Conoce a nuestros aliados en el movimiento en www.breakfreefromplastic.org/

Créditos de Foto: © Dennis Reher, Fred Dott, Peter Caton, Mitja Kobal, Argelia Zacatzi, Greenpeace



**HAZ QUE LOS
RESTAURANTES Y
CAFETERÍAS SE DESHAGAN
DE LOS PLÁSTICOS DE UN
SOLO USO**

ACCIÓN

#4



HAZ QUE LOS RESTAURANTES Y CAFETERÍAS SE DESHAGAN DE LOS PLÁSTICOS DE UN SOLO USO




Un movimiento cada vez más grande está instando a las cadenas de comida rápida, restaurantes y cafeterías de todo el mundo a que se unan y sean pioneras en la eliminación de artículos de plástico de un solo uso. La eliminación de plásticos de un solo uso como popotes, vasos y tazas en bares y cafés populares equivale a evitar el desperdicio de plástico y sirve para educar y debatir sobre la contaminación por plásticos y sobre la necesidad de que las empresas y tiendas locales ofrezcan soluciones de reducción.

Muchos de nosotros frecuentamos tiendas, cafeterías y nuestros restaurantes favoritos una vez por semana o incluso diario. Ya sea en un sitio popular local o en una gran cadena, conseguir que una empresa sea pionera en la reducción de plástico de un solo uso puede crear un efecto dominó en la acción contra el uso de plásticos. No subestime el poder de cambiar un solo lugar, ¡puede servir para alentar o presionar a otras empresas para que hagan lo mismo y creen barrios libres de plásticos de un solo uso! **Todos los negocios pueden y deben reducir su huella de plástico desechable y nosotros podemos ayudarlos a ver lo importante que es.**



Algunos consejos para iniciar

1. **Metas y la «petición».** Identifica el objetivo principal de tu campaña y redacta **un mensaje de una sola hoja** que puedas dar a las empresas para explicar tu campaña y brindarles más contexto. Asegúrate de tener una petición clara cuando te acerques a ellos. ¿Quieres que eliminen todos los plásticos de un solo uso? ¿Puedes hacer que comiencen con las tazas de café o con los popotes? Entre los productos de plástico de un solo uso que pueden tener están:
 - utensilios de plástico
 - popotes
 - contenedores para llevar
 - tazas y tapas de café forradas
 - agitadores de bebidas
 - tazas para llevar
 - poliestireno/ espuma de poliestireno (unicel) bolsas
 - paquetes de comida (por ejemplo, bolsitas de ketchup)
2. **Programa una hora de reunión.** Llama o haz una visita para concertar una cita con la persona adecuada. Los gerentes son personas ocupadas y prefieren tener programados sus horarios de reuniones.
3. **Practica tu tono.** No te preocupes por tu destreza para hablar en público, las personas tienden a responder a la pasión y a la autenticidad más que a la perfección. Aquí hay [algunos puntos clave para la conversación que pueden ayudarte a elegir tu tono](#). Aquí hay un [ejemplo de tono](#).
4. **Proporcióname información y ¡ponlo en contexto!** Aquí es donde el [documento de una página](#) será útil. Éste le brindará a la persona con la que te reúnas la carga de información y podrá pensar en el tema. No siempre lo convencerás en ese momento. Si dice que no le interesa, asegúrate de agradecerle por su tiempo y de dejarlo con una sonrisa. Déjale tus datos para que te contacte, por si cambia de opinión.

- 
5. **¡Evita soluciones falsas!** Evita sugerir alternativas que podrían no ser las mejores. Consulta la [lista de soluciones falsas](#) en la sección de hechos. *Es importante promover la reutilización de plástico o evitar usarlo para disminuir el desperdicio y abordar el problema de la cultura de usar y tirar.
 6. **Enfócate en las soluciones.** En tu discurso, resume brevemente el problema, pero concéntrate en ofrecerle la oportunidad de ser parte de la solución.
 7. **Ofrece propuestas a los participantes y apóyalos.** Ofréceles recursos empresariales, como carteles para sus ventanas, folletos para colocar en el mostrador o **«manteles»** donde se explique la iniciativa a sus clientes. Propónles que muestren su **carta de compromiso**, es otra opción para la promoción. Asegúrate de ofrecer opciones para celebrar la participación de las empresas en la campaña, por ejemplo, destacándolas en un blog, con contenido web o a través de las redes sociales. Los restaurantes y cafeterías locales podrían interesarse en unirse a una campaña para reducir los plásticos de un solo uso si lo perciben como beneficioso para su marca o perfil y si sus esfuerzos son mostrados a sus clientes existentes y potenciales.
 8. **Encuentra a los «líderes» existentes y comienza con los «pioneros».** Antes de iniciar la campaña oficial, busca empresas existentes que ya hayan realizado los cambios que les pedirás a otros que realicen. Úsalas como ejemplos de «negocios líderes» en su campo. Acercarse a las empresas que piensas que serán pioneras, como pequeñas cafeterías locales, puede ayudar a generar un impulso. Del mismo modo, comienza por acercarte a lugares con los que tienes una relación preexistente, o que sabes que responderán al cambio, como empresas que ya tienen algún tipo de enfoque ambiental o de sustentabilidad. Puedes sentir más confianza si hablas de la campaña y si involucras a otras empresas.
 9. **Ponte en contacto con personas que influyan en la comunidad.** Busca a otros participantes y personas que tengan influencia en la comunidad local, gente que sea importante para los negocios locales, por ejemplo: clubes ecologistas escolares, políticos locales o presentadores de radio locales; ¡para que también ayuden a promover la campaña!
 10. **¡No te desanimes!** No todas las empresas van a querer participar de inmediato. Es posible que se sumen a medida que tu campaña crezca y cuando vean a sus competidores unirse o que sus clientes empiecen a pedir que no les den plásticos.



¿Lograste que algunas empresas dejaran de vender plásticos de un solo uso? ¡Asombroso!

- **¡Manténnos informados!** Envíanos información sobre los resultados a ceroplastico.mx@greenpeace.org
- **¡Corre la voz en redes sociales!** Comparte cualquier avance o compromiso positivo realizado por tu supermercado y agrega los hashtags #MillionActsofBlue #BreakFreeFromPlastic y #YoSinPlásticos.
- **¡Aborda otra sección del manual de herramientas!** ¿Están inspirados como para hacer más? ¡Descarguen otra sección y manténgannos al tanto de cómo podemos apoyarlos en otro Acto Azul!

Otros grupos que toman medidas sobre el plástico

Conoce a nuestros aliados en el movimiento en www.breakfreefromplastic.org/

Créditos de Foto: © Emma Stoner, Greenpeace

An aerial photograph of a rocky coastline. A group of people is standing on a large, light-colored rock face, forming the word "PLASTIC" in large, colorful letters. The word is oriented vertically. The surrounding area includes dark blue water, some green vegetation on the rocks, and a few scattered pieces of trash. The overall scene suggests an environmental protest or awareness campaign.

**UN LOBBY PARA LA
PROHIBICIÓN DE
PLÁSTICOS DE UN
SOLO USO**

ACCIÓN

#5



UN LOBBY PARA LA PROHIBICIÓN DE PLÁSTICOS DE UN SOLO USO



Cuando las personas escuchan «lobby», posiblemente piensan en un grupo de presión pagado por la industria, pero cada persona tiene derecho a compartir su opinión. Crear un lobby es una estrategia efectiva para influir en la opinión y obtener el apoyo de los funcionarios electos en todos los niveles del gobierno. Si tiene éxito, puede conllevar una inversión de tiempo y un compromiso para desarrollar una relación con tu funcionario electo para encontrar un terreno común y obtener su apoyo en un tema. Un lobby también puede involucrar la movilización de otros para compartir mensajes, recolectar medios y atraer más atención a un problema. Puedes optar por participar en cualquier tipo de lobby, o en una combinación de ambos, dependiendo de tu tiempo y recursos.

Cosas importantes que debes recordar cuando eres parte de un lobby

- **Haz mensajes concisos y consistentes, que contengan una petición clara.** No te vayas por las ramas. Haz que las peticiones de tu lobby sean claras y fíjalas como solicitudes directas. No asumas que los funcionarios electos saben cómo responder adecuadamente a las campañas de concienciación pública o al apoyo popular para los movimientos sociales; así que diles qué deben hacer y por qué deben hacerlo.
- **Aprovecha los «momentos mediáticos».** El interés de los medios en asuntos populares, como la contaminación por plásticos, ayuda a ejercer presión política sobre los funcionarios electos. Cuando los medios están ansiosos



por un problema, es el momento perfecto para interactuar con tu representante y hacer que el apoyo público sea alto (o que estén en su contra) y que la conciencia se disperse.

- **Dar crédito es importante.** Felicita a tu representante por las cosas que su partido está haciendo bien o cuando hagan algo que respalde tu petición, como hacer una declaración pública o respaldar una factura, etc.
- **Establece metas nacionales a largo plazo; solicita compromisos locales relevantes.** Si bien es importante no perder de vista los objetivos nacionales (e internacionales) a largo plazo, ejercer presión para obtener compromisos locales relevantes puede ayudar a que tu representante apoye políticas nacionales más amplias.
- **Persevera cuando el tema pierda popularidad.** Los procesos regulatorios pueden ser cíclicos y prolongados; es importante seguir ejerciendo presión cuando se toman decisiones, por lo que no debes dejar de presionar cuando un problema haya perdido fuerza pública.

Construyendo relaciones para un lobby efectivo

¿Quiénes son, qué han apoyado y cuáles son las políticas de su partido?

Buscar información sobre tu representante te ayudará a presionarlo de manera más efectiva. Es posible que su partido no respalde tu propuesta pero, tal vez, el funcionario electo tenga un historial de votación a favor de iniciativas ambientales, o quizás tenga una afiliación que indique que puede ser más receptivo a tu solicitud que otros. ¿Puedes presentar tu petición de una manera que le resulte más atractiva?

- **Visita su página oficial de gobierno.** Actualmente, cada funcionario electo tiene un sitio oficial con su perfil; una búsqueda rápida en Google debería proporcionarte mucha información.



#breakfreefromplastic

- **Ve las noticias.** ¿Tu representante ha aparecido en los medios en alguna nota sobre contaminación de plásticos? Verifica las fuentes de medios nacionales y locales.
- **Encuétralo en las redes sociales.** Busca a tu representante en Twitter y Facebook para «seguirlo»; y también para ver cómo interactúa con el público y sobre qué temas.

Ya hice mi investigación, ahora ¿cómo puedo «presionar» a mi representante?

Programa una cita

Conocer a tu representante local y tener contacto regular con él te ayudará a construir la relación que necesitas para tener éxito. Preséntate bien informado y listo para construir una relación, esto te librarás de abordar a tu representante de forma conflictiva. A continuación, te mostraremos cómo aprovechar al máximo la reunión.

- **Concierta una cita.** Averigua cuándo está disponible tu representante y solicita una reunión. Dependiendo del nivel de gobierno en el que éste haya sido elegido, puede ser más fácil decirlo que hacerlo, pero la persistencia cortés suele ser efectiva, ¡no te rindas!
- **Crea un folleto.** Dejarle información puede ayudarlo a pensar en tu petición después de que te vayas. [Aquí](#) puedes encontrar algunos hechos que puedes informar al crear tu folleto. Si hay un estudio reciente que ha respaldado tu petición o un artículo de noticias reciente, es posible que también quieras imprimirlo.
- **Haz una petición clara y con mensajes concisos.** [Aquí](#) podrás encontrar una lista de peticiones para tomarlas como referencia.
- **Asiste con la intención de generar confianza y entendimiento.** Si quieres producir una buena impresión, aparecerás como conocedor, razonable y apasionado; entonces resultará más probable que tu representante tome en serio tu solicitud. Trata de encontrar puntos en común y muéstrate atento a su posición, incluso si no estás de acuerdo.



- **Evita los temas escabrosos y soluciones falsas.** Si no sabes la respuesta a algo, no profundices. Está bien decir que después le compartirás más información. Apégate a la petición y evita que te atrapen en una conversación sobre soluciones falsas. [Aquí](#) encontrarás la lista de algunas que debes evitar.
- **Asegúrate de darle un espacio para preguntas.** Ve preparado para tener una conversación, no para dar una conferencia. Cuando te haga preguntas, ambos pueden aprender algo, ya que sus preguntas, a menudo, muestran cómo se está comprendiendo el tema.
- **Haz preguntas significativas y abiertas.** Cuanto más hablen, más entenderás su posición.
- **Obtén un compromiso claro.** No te conformes con promesas vagas, intenta obtener al menos un «siguiente paso», claro, si no están preparados para ir más allá. Comprometerse puede tomar tiempo, ¡mantén abiertas las líneas de comunicación y sé persistente!
- **Agradécele.** Escribe una nota de agradecimiento o un correo electrónico donde también resumas cualquier compromiso o los próximos pasos.


¿Asistirás a una reunión en grupo?

- Asegúrate de que todos tengan una buena comprensión del problema.
- Nomina a los portavoces de cada tema sobre el que quieran hablar.
- Designa a alguien para que tome notas durante la reunión.

Escribe una carta o un correo electrónico

Escribir una carta personal a un político es más eficaz y tiene muchas más probabilidades de obtener una respuesta que una carta protocolaria o un correo electrónico. Escribe una carta donde expreses tus inquietudes y solicites medidas, pero también recuerda que expresar tu apoyo o reconocer el suyo puede ser tan eficaz, o más, que una crítica. Si tu representante ha apoyado tu causa, una carta para reconocer su acción tiene mucho peso, asimismo, valida su acción y apoyo continuo. Aquí hay algunas cosas que debes tener en cuenta al escribir una carta.

- Para enviar cartas, usa la dirección de la oficina de tu representante en el Congreso local o en el federal, según sea el caso.
- Para cartas, incluye tu dirección e información de contacto en el encabezado de la carta.
- Asegúrate de identificarte como elector, incluye tu nombre y dirección.

- 
- Para correos electrónicos, escribe a los políticos apropiados, no a todos, por tentador que sea.
 - Para un correo electrónico, usa la formalidad de una carta, no la informalidad típica de los correos electrónicos.
 - Indica el tema en el asunto de tu correo electrónico.
 - Presenta claramente el propósito y la petición, asegúrate de solicitar una respuesta en forma de carta, solicita una reunión o una llamada telefónica.
 - [Aquí](#) puedes encontrar algunas peticiones que se han propuesto.
 - El agradecimiento es tan importante como la crítica.
 - ¡Ser cortés te llevará más lejos! Sé cortés, pero no tengas miedo de tomar una posición firme.
 - Firma la carta personalmente.
 - Conserva copias impresas y fechadas de toda la correspondencia entre ustedes dos.
 - **Alienta a otras personas a escribir**, mientras más escuchen el mismo mensaje, más probabilidades tendrán de ser escuchados. Comparte tu carta o correo electrónico como plantilla y anima a otros a personalizarla. Comparte tu carta con otros grupos interesados en la causa.
 - **Organiza una reunión para escribir cartas.** Preparen algunos bocadillos, lleven papel o sus computadoras ¡y escriban juntos!
 - **¡Dale seguimiento!** Escríbele de nuevo a la persona para agradecerle su respuesta, agrega cualquier recordatorio de las solicitudes y compromisos que hayan hecho.

Haz una llamada o inicia una campaña telefónica

Una llamada telefónica es una forma rápida y relativamente fácil de comunicarte con tu representante. Es incluso más impactante si muchas personas llaman por teléfono tratando el mismo tema. Inicia una campaña telefónica pidiendo a tus amigos, familiares y miembros de la comunidad local que llamen a su representante y lo insten a que tome medidas contra la contaminación por plástico. Puedes ampliar tu campaña publicando tu petición en Facebook u otra plataforma de redes sociales. Asegúrate de proporcionar información básica ([temas de discusión, hechos clave e información adicional](#)), así como la información de contacto de tu representante para explicar cómo pueden encontrar la información de contacto de otros.

- Si llamas para hablar sobre una ley, política o prohibición existente, asegúrate de saber el nombre completo del reglamento, la política o la prohibición.




- Empieza con un argumento conciso y ten tus puntos de discusión escritos frente a ti. [Aquí](#) podrás encontrar las peticiones propuestas.
- Da tu nombre e identifícate como elector e integrante del movimiento por un futuro libre de plásticos.
- Pide hablar con tu representante o con su asesor dando su nombre.
- Pídele a tu representante que tome medidas concretas: ya sea en favor o en contra de un proyecto de ley, haz que su partido cambie su posición, etc.
- Si te comunican a la oficina del representante, expresa que deseas que esté al tanto de tus preocupaciones y que se lleve el asunto ante él y/o ante su partido político.
- Sé educado y paciente, ¡eso te llevará mucho más lejos!
- Da seguimiento con una carta o correo electrónico.

Asiste a una reunión, debate o al ayuntamiento

Las reuniones públicas son un buen foro para elevar el perfil de la conversación sobre la contaminación por plásticos y para centrarlo en la necesidad de una intervención reguladora gubernamental con los productores. La información sobre este tipo de eventos puede encontrarse en el sitio web del funcionario elegido, en su página de redes sociales o en su oficina. Lleva a un amigo o familiar para que te apoye, así no te sentirás desalentado. Pararte frente a un micrófono ante una gran audiencia puede parecer abrumador, así que aquí hay algunos consejos para ayudarte a que te prepares.

- **Prepara tu pregunta por adelantado.** Es probable que sólo tengas una oportunidad de preguntar y sólo se te permita hacer una pregunta.
- **¡No tengas miedo!** Muchos de los miembros de la audiencia te agradecerán la pregunta. Como elector, los funcionarios electos querrán saber de ti.
- **Sé claro y ve al grano.** Si deseas proporcionar antecedentes sobre el motivo de la pregunta, sé breve,



para no perder la atención de las personas, por ejemplo: mi nombre es X, vivo en X y me preocupa la crisis de la contaminación por plástico porque, mientras estoy hablando, un camión de basura plástica ha entrado en el océano. Me gustaría escuchar a X

- **Quédate frente al micrófono hasta que tu pregunta sea respondida.**
- **Sustentar o no sustentar.** Puedes aprovechar la reunión para crear conciencia sobre el problema llevando folletos, un cartel o una pancarta; pero recuerda que es mejor que los utilices después de haber formulado tu pregunta, ya que pueden crear un escenario en el que la persona esté menos abierta al diálogo.



Comienza una petición

Hay varias herramientas disponibles para crear peticiones. Algunas de las más populares se enumeran a continuación y cada una proporciona consejos sobre cómo hacer que tu petición sea exitosa. Asegúrate de identificar quién es el receptor apropiado de tu petición y, al igual que con la carta o el correo electrónico, asegúrate de que tu pregunta sea clara y de que tomes de [aquí](#) las peticiones.

Una vez que hayas creado tu petición, asegúrate de compartirla ampliamente en las redes sociales y pídele a tus amigos que hagan lo mismo. Una vez que tengas un número sólido de firmas, piensa cómo entregarás la petición. ¿A través de un correo electrónico? ¿Imprimirás las firmas y la entregarás personalmente? ¿En un paquete enviado por correo? ¿Con un grupo de ciudadanos interesados en la oficina del representante? ¿En los medios?

www.usatupoder.org

www.change.org/start-a-petition

www.thepetitionsite.com/create-a-petition.html

www.ipetitions.com/

¿Un funcionario electo está apoyando una prohibición de plástico de un solo uso? ¡Qué buen progreso!

- **¡Manténnos informados!** Por favor, envíanos información sobre tus progresos o iniciativas positivas a ceroplastico.mx@greenpeace.org
- **¡Corre la voz en redes sociales!** Comparte cualquier avance o compromiso positivo realizado por tu representante electo y agrega los hashtags #MillionActsofBlue #BreakFreeFromPlastic y #YosinPlásticos.
- **¡Aborda otra sección del manual de herramientas!** ¿Están inspirados como para hacer más? ¡Descarguen otra sección y manténgannos al tanto de cómo podemos apoyarlos en otro Acto Azul!

Otros grupos que toman medidas sobre el plástico

Conoce a nuestros aliados en el movimiento en

www.breakfreefromplastic.org/

Créditos de foto:© Natalia Cartney, Argelia Zacatzi, Bente Stachowske, Chong Kok Yew, Filip Brala, Greenpeace

GREENPEACE



**ORGANIZA UNA LIMPIEZA
COMUNITARIA CON
AUDITORÍA DE MARCAS**

ACCIÓN

#6



ORGANIZA UNA LIMPIEZA COMUNITARIA CON AUDITORÍA DE MARCAS



A medida que las comunidades, riberas, parques y playas cada vez se llenan más de plástico, en todo el mundo han aparecido iniciativas de limpieza. Muchas organizaciones y gobiernos organizan jornadas de limpieza, ofreciendo una gran oportunidad para crear conciencia sobre la contaminación por plástico y sus impactos. Los organizadores de las limpiezas a menudo realizan auditorías de desechos para determinar sus tipos y la cantidad de basura que se recolecta. Los resultados a menudo son rastreados anualmente. Éstos suelen ser eventos familiares y pueden participar personas de todas las edades, creando un ambiente divertido y motivador.

Un elemento importante que ha faltado en la auditoría es la identificación de las empresas responsables de la basura. Las auditorías pueden descubrir y sacar a la luz qué marcas regularmente contribuyen a la contaminación plástica con sus productos desechables y así, relacionar el problema con su origen.

CASO DE ESTUDIO

En septiembre de 2017, organizaciones ecologistas que han sido clave en del Movimiento [#BreakFreeFromPlastic](#) realizaron, durante varios días, una auditoría de desechos y marcas en las playas de Freedom Island en la Bahía de Manila, Filipinas. Ésta se ubica es un «sitio Ramsar», es decir, un área protegida por ser un hábitat marino y avícola en crisis. Sin embargo, ha sufrido una contaminación plástica extrema debido a su ubicación en relación con el río Pasig, uno de los ríos más contaminados con plástico del mundo. Los resultados de la auditoría se compartieron en todo el mundo para hacer un llamamiento a las empresas generadoras de contaminación para que reduzcan su adicción al plástico de un solo uso y detengan el flujo de productos desechables a nuestros océanos. Desde entonces, se han realizado auditorías de marcas en áreas costeras de otros países como Indonesia, Estados Unidos y España; asimismo, nos estamos preparando para auditorías globales en 2018. Para ver los resultados que hemos obtenido hasta hoy, ¡visita plasticpolluters.org! (Disponible sólo en inglés)



A través de auditorías de marca, #BreakFreeFromPlastic tiene como objetivo responsabilizar a las empresas contaminantes, impulsar las convocatorias de innovación en el embalaje de productos y gestión de residuos para unir a las personas que desean actuar por un futuro donde las limpiezas de playas y comunidades sean cosa del pasado.

Si deseas realizar una auditoría de marcas en tu comunidad, aquí te damos algunas opciones.

1. Descarga [aquí](#) el manual de herramientas de auditoría de marcas recientemente actualizado para ayudarte a realizar una en tu comunidad.
2. Si ya organizas o participas en una limpieza de playa con otro grupo, proponles agregar una auditoría de marcas a la iniciativa. Envía un correo electrónico a ceroplasticos.mx@greenpeace.org con sus planes o con imágenes de los resultados.
3. Regístrate para liderar o unirse a una auditoría de marcas enviando un correo electrónico a ceroplasticos.mx@greenpeace.org
4. Crea tu propio evento y forma un grupo de personas. Obtén sugerencias para organizar un evento, consulta la Acción 1 o, mejor aún, únete a [Greenwire](#) para encontrar a otras personas interesadas en este tema.

Concluyendo el evento de auditoría

1. Comparte imágenes y resultados de tus auditorías a través de las redes sociales incluyendo la ubicación, el nombre de la marca más infractora, los hashtags #BreakFreeFromPlastic y #MillionActsofBlue y #YoSinPlásticos; también etiqueta el nombre de la empresa o empresas que aportaron la mayor cantidad de basura.
2. Desecha la basura de acuerdo con los requisitos locales y con las pautas establecidas en el manual de herramientas.
3. Alienta a los participantes a firmar la petición de Greenpeace en www.greenpeace.org/BreakFreeFromPlastic y a que descarguen el manual de herramientas para inspirar a más personas a contribuir al Millón de Actos Azules en favor de un futuro sin plásticos.

¿Ya organizaste una auditoría de marcas divertida y exitosa que ayudó a identificar a los contaminadores plásticos? ¡Estupendo!

¡Manténnos informados! Por favor, envíanos información y fotos de tu evento ceroplastico.mx@greenpeace.org

- **¡Corre la voz en redes sociales!** Comparte los resultados de su marca de auditoría y fotos publicando un blog, alertando los medios o compartiendo a las redes sociales usando los hashtags #MillionActsofBlue, #BreakFreeFromPlastic y #YoSinPlásticos.
- **¡Aborda otra sección del manual de herramientas!** ¿Están inspirados como para hacer más? ¡Descarguen otra sección y manténnos al tanto de cómo podemos apoyarlos en otro Acto Azul!

Otros grupos que toman medidas sobre el plástico

Conoce a nuestros aliados en el movimiento en www.breakfreefromplastic.org/

Créditos de foto: © Jilson Tiu, Biel Calderon, Will Rose, Greenpeace



**ORGANIZA UN GRUPO
COMUNITARIO PARA UN
FUTURO SIN PLÁSTICOS**

ACCIÓN

#7



ORGANIZA UN GRUPO COMUNITARIO PARA UN FUTURO SIN PLÁSTICOS



Para detener la contaminación plástica desde su origen, debemos construir un movimiento impulsado por personas suficientemente fuertes como para desafiar la mentalidad de la cultura de usar y tirar, y para afrontar el poder de las principales corporaciones y gobiernos responsables de producir y permitir la producción en masa de plásticos de un solo uso.

Las tácticas que hemos mencionado en este manual de herramientas son excelentes maneras de educar y comenzar a abordar el problema de plásticos en tu comunidad.

¡Pero aún no hemos pensado en todo! Producir cambios sociales requiere diversidad y creatividad, por eso nos encantaría que tú y tus amigos ideen sus propias tácticas pacíficas.

¿Tienes grandes visiones e ideas que puedan llevarse a cabo de manera práctica?

¿Te gusta organizar y trabajar de forma colectiva con personas de ideas afines para que el cambio suceda? ¡Tal vez deberías comenzar tu propio Grupo Comunitario por un Futuro sin Plásticos ¡o un [Grupo Local de Greenpeace](#) enfocado en campañas!

¡No lo hagas solo! ¿Has pensado en acercarte a tu comunidad para hacer que el cambio suceda? Esta es una gran oportunidad para organizarte con familiares, amigos y otras personas de ideas afines dentro de tu extensa comunidad, es decir, tu escuela, redes sociales, grupos religiosos, equipos deportivos, grupos de madres y otros.



¿Tienes preguntas? ¿Necesitas más información para comenzar?

¡Únete a Greenpeace Greenwire!

[Únete al grupo Greenwire](#): «Océanos/Plásticos» para recibir actualizaciones de noticias y mantenerte informado sobre la campaña de Greenpeace para acabar con los plásticos de un solo uso. En Greenwire, puedes compartir ideas, hacer preguntas y conectarte con otros voluntarios y personal de Greenpeace que trabajan este tema.

¿Estás pensando en organizar un grupo? ¡Háznoslo saber!

- **¡Manténnos informados!** Por favor, compártenos información sobre tus planes, ya sea por Greenwire o contactándonos en ceroplasticos.mx@greenpeace.org, para que te apoyemos en lo que puedas necesitar para empezar tu grupo, y además, ¡para ampliar y promover tu iniciativa!

Otros grupos que toman medidas sobre el plástico

Conoce a nuestros aliados en el movimiento en www.breakfreefromplastic.org/

Créditos de Foto: © Hung-Hsuan Chao, Will Rose, Greenpeace