

Mídia impressa é sustentável e eficaz

No Brasil, a celulose para fabricação de papel vem de árvores plantadas. Além disso, as indústrias de celulose preservam grandes extensões de matas nativas. Em alguns países usam-se árvores nativas, mas a exploração é feita de maneira a permitir o crescimento das florestas. Na Europa, por exemplo, as florestas que fornecem madeira para a fabricação de papel e de outros produtos têm crescido 44.000 km² nos últimos dez anos. Isso é mais que a área de 1.500 campos de futebol a cada dia. Alguns fatos:

- Em todo o mundo, apenas 11% da extração de madeira é direcionada para a produção de celulose e de papel (FAOSTAT, 2011);
- Em diversos países, inclusive no Brasil, essa extração é feita exclusivamente em florestas plantadas;
- No Brasil existem cerca de 7,8 milhões de hectares de florestas plantadas, menos de 1% do território nacional, desses apenas 2,65 milhões destinam-se à celulose e papel. As empresas que usam essas árvores como matéria prima ainda conservam 5,6 milhões de hectares de matas nativas.

O papel é intensamente reciclado. No Brasil, segundo a Associação Nacional dos Aparistas – ANAP – a taxa de reciclagem chega a 64%. Quando descartado corretamente em aterros sanitários o impacto ambiental do papel é mínimo, já que se trata de material biodegradável.

Não há provas de que a mídia eletrônica seja melhor para o meio ambiente. Os equipamentos eletrônicos são de difícil reciclagem e descarte. Os centros de computação consomem imensas quantidades de energia e são responsáveis indiretamente por grande emissão de CO₂. Por outro lado, há fortes evidências de que o papel é uma mídia mais sustentável em termos ambientais.

<http://www.twosides.org.br/BR/O-que-o-digital-esconde>

Apesar disso muitas corporações optam por substituir a comunicação impressa por mídias eletrônicas, alegando fazer isso para “salvar árvores” quando na verdade seu

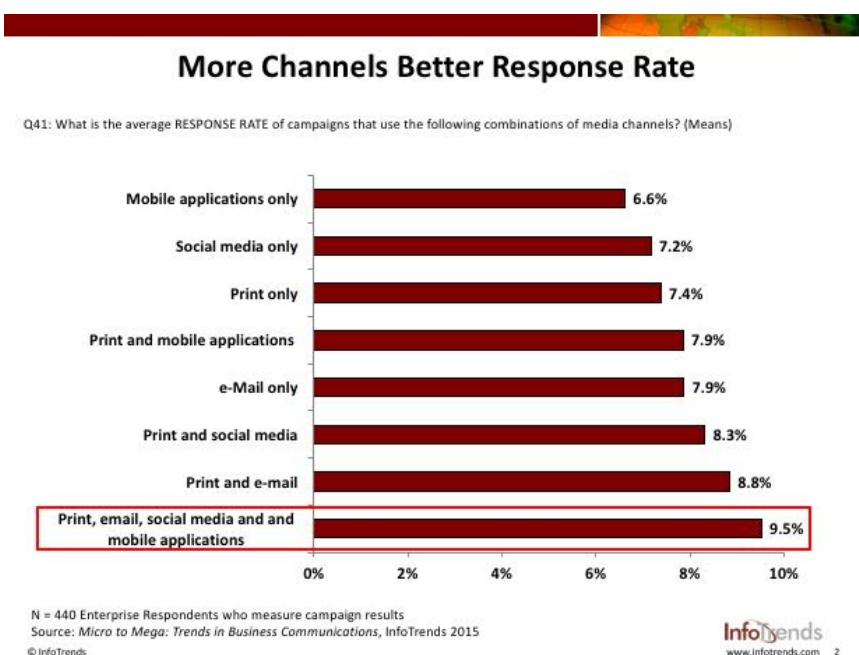
principal objetivo é reduzir custos de operação. Trata-se, portanto, de propaganda enganosa que é conhecida em inglês como “greenwash”.

Além de ser sustentável, o impresso é eficaz e preferido pela maioria dos consumidores, conforme demonstram vários estudos. Pesquisa recente da Fipe, para a Câmara Brasileira do Livro, aponta que o faturamento do livro eletrônico no Brasil é de apenas 1,09% do total.

FATURAMENTO (R\$) EM 2016				
	FÍSICO	DIGITAL	TOTAL	% DIGITAL
DIDÁTICOS	1.436.755.942,45	1.268.865,70	1.438.024.808,15	0,09
OBRAS GERAIS	1.023.569.104,47	24.971.699,38	1.048.540.803,85	2,38
RELIGIOSOS	533.054.724,82	1.325.588,58	534.380.313,40	0,25
CTP	879.130.774,62	14.977.763,30	894.108.537,92	1,68
TOTAL	3.872.510.546,37	42.543.916,96	3.915.054.463,33	1,09

<http://pesquisaeditoras.fipe.org.br>

Pesquisa de 2015 da empresa de consultoria InfoTrends, especializada em mídia, mostra que as campanhas publicitárias que usam mídia impressa são as que dão melhores retornos:



A mídia eletrônica traz muitos benefícios e soma-se às mídias tradicionais, inclusive a impressa, para satisfazer as necessidades crescentes de comunicação eficaz. No entanto, é fato que a mídia impressa é sustentável, é eficiente e é preferida por grande parte da população em todo o mundo.

Criada em 2008 na Inglaterra, Two Sides é a principal campanha mundial de divulgação da sustentabilidade socioambiental da comunicação impressa e está presente nas principais nações européias, além de Estados Unidos, Canadá, Austrália, África do Sul, Colômbia e Brasil – num total de 19 países.

www.twosides.org.br