**PAPEL É EFICAZ E INSPIRA MAIS CONFIANÇA**

As revistas e os jornais impressos vêm sofrendo um grande impacto negativo em suas vendas, em consequência da pandemia. Isso representa uma grande perda para a sociedade. É fato que a comunicação via internet é muito rápida e barata e tem potencial para chegar a qualquer lugar. Há ótimos canais informativos *on line*, com bons conteúdos e confiáveis. Infelizmente, junto com essas informações seguras, as mídias sociais descarregam uma avalanche descomunal de *fake news* e conteúdo de baixíssima qualidade, produzidos por pessoas ignorantes ou mesmo mal intencionadas, com os mais malignos objetivos.

Nesse cenário, os veículos de comunicação tradicionais se mostram muito mais confiáveis, porque mantêm equipes de profissionais experientes em levantamento e checagem de informações. A mídia impressa, em particular, inspira ainda mais confiança – sua materialidade sugere que a informação é também menos volátil. Esse sentimento, por parte do público em geral, tem sido verificado por diferentes pesquisas, em diversos países.

A maior confiança nas informações impressas também se estende à comunicação publicitária. Já aprendemos da crise anterior, da qual nem chegamos a sair direito, que os atores econômicos tendem a optar pelas mídias eletrônicas para promover seus produtos e serviços, acreditando que o pequeno investimento que essas mídias demandam é uma vantagem concreta. Na crise atual, decorrente da pandemia, essa atitude deve ser novamente esperada. O grande desafio das empresas e associações da cadeia da mídia impressa é demonstrar que essa análise é uma ilusão.

Quando se trata de comunicação publicitária, caro ou barato depende dos resultados. Aliás, essa lógica se aplica a todo tipo de investimento. O relevante não é o total aplicado, mas o retorno por Real investido. Pesquisas mostram que os impressos promocionais, se bem feitos, bem desenhados, direcionados corretamente ao público desejado, dão muito mais retorno que as mídias eletrônicas. As pesquisas também mostram que o mix de mídia que inclui os impressos sempre dá mais resultado.

Esses fatos precisam ser divulgados para os formadores de opinião e para os decisores, junto com as informações sobre as vantagens ambientais dos impressos e produtos feitos de papel, cartão e papelão ondulado.

No mundo inteiro, inclusive no Brasil, a campanha Two Sides vem desenvolvendo esse trabalho e informando que, além de suas vantagens ambientais, papel, cartão e papelão são eficazes e constituem boas opções para comunicação e embalagem.

Equipe Two Sides Brasil

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

***Two Sides*** *é uma organização global, sem fins lucrativos, criada na Europa em 2008 por membros das indústrias de base florestal, celulose, papel, cartão e comunicação impressa. Two Sides promove a produção e o uso conscientes do papel, da impressão e das embalagens de papel, bem como esclarece equívocos comuns sobre os impactos ambientais da utilização desses recursos. Papel, papelcartão e papelão são provenientes de florestas cultivadas e gerenciadas de forma sustentável. Além disso, são recicláveis e biodegradáveis.*

Junho, 2020