

Na sociedade, a imprensa tem um papel fundamental. É ela quem divulga para a população toda a sorte de acontecimentos. Atualmente, o volume e a velocidade de informações oferecidas pelos veículos de comunicação – emissoras de rádio e de televisão, jornais, inclusive on line, e revistas – são muito maiores. Por conta dessa avalanche de dados e da lógica das redações pela publicação rápida dos fatos, cada vez mais os jornalistas precisam da colaboração das assessorias de comunicação empresariais. Os assessores sugerem pautas e acompanham entrevistas com os profissionais de sua instituição. Cabe a eles zelar pela imagem institucional, divulgando suas atividades, avanços e defendendo-na quando há notícias publicadas com erros de informação. Desde janeiro, esse trabalho passou a ser desenvolvido internamente, pela própria Divisão de Comunicação Social do INCA. Pelo balanço feito pela equipe recentemente, no segundo semestre de 2004 foram publicadas 1.314 matérias em jornais e revistas brasileiros. Essa medição nos traz a confiança de que temos conseguido cumprir nosso papel de prestar satisfação à população dos esforços empreendidos.

José Gomes Temporão  
Diretor Geral do INCA

nº **190** Fevereiro de 2005

## O INCA na Imprensa

*Comunicação emplaca o equivalente a R\$ 50 milhões em matérias institucionais*

A Divisão de Comunicação Social (DCS) do INCA realizou um balanço sobre o trabalho de assessoria de imprensa realizado no período de 16 de junho a 11 de dezembro de 2004. Ao todo, 1.314 matérias foram publicadas nos veículos de comunicação impressos brasileiros, sendo 1.106 em jornais e 208 em revistas. “Essas matérias foram divulgadas na imprensa, através do trabalho dos profissionais de comunicação do Instituto, de forma espontânea, isto é, sem custo para a Instituição”, explica Maria Marques, chefe da Divisão.

Nos seis meses de avaliação, os jornais que mais divulgaram assuntos relacionados às atividades e à imagem do Instituto foram a Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo. Quanto às revistas, houve inserção de notícias sobre o INCA em veículos de grande circulação no Brasil, como Veja e Época. As matérias veiculadas nesse período correspondem a 211,6 páginas de jornal e 324 páginas de revista, num total equivalente a R\$ 50 milhões de divulgação externa. Esse seria o valor que o INCA teria que pagar caso as matérias não fossem inseridas gratuitamente.

Outros itens verificados foram a qualidade do atendimento e das sugestões de informação oferecidas pela Divisão de Comunicação Social no ano passado aos jornalistas. De acordo com Antônio Marinho, repórter da Revista O Globo, o trabalho da equipe de assessoria de imprensa do INCA é fundamental para a redação de matérias sobre oncologia e serviços prestados pelo Instituto. “Durante a apuração de uma matéria sobre câncer de mama, a assessoria identificou e indicou rapidamente os melhores especialistas no assunto. Além disso, consegui o mais difícil: bons depoimentos e fotos de personagens, que ajudaram a tornar a reportagem mais interessante”, revela o jornalista.

Para Karine Rodrigues, jornalista de O Estado de São Paulo, a eficiência na divulgação de notícias relativas aos avanços do tratamento e prevenção do câncer e aos eventos promovidos pelo Instituto auxilia a repórter no fechamento do jornal. “A equipe de assessoria do INCA sempre divulga as informações com antecedência”, comenta.



Ações do INCA têm sido citadas nos principais jornais e revistas do país.

Outra profissional que reconhece o trabalho da DCS é a produtora de reportagem do Jornal Nacional, Mona Bittencourt. “A assessoria de imprensa teve o cuidado de nos oferecer boas pautas. Com isso, em 2004 fizemos algumas belas matérias, como a do estudo Tabaco e Pobreza e a campanha de Doação de Medula Óssea.”

“Esse retorno é muito gratificante para a equipe de Comunicação Social do INCA, já que o trabalho é feito internamente, sem serviços terceirizados, desde janeiro de 2004”, finaliza Maria Marques. ■