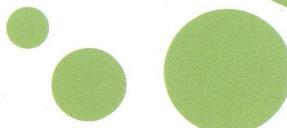




**Instituto
Nacional de Câncer
Divisão de
Comunicação
Social**



Manual Operacional

1ª Edição - 2008

F
3.22
59m
008
IOTEC





**Divisão de
Comunicação Social
Manual Operacional**

F
303.22
159 m
2008

© 2008 Ministério da Saúde.

É permitida a reprodução total ou parcial desta obra, desde que citada a fonte.

Tiragem: 350 exemplares

Criação, Informação e Distribuição

MINISTÉRIO DA SAÚDE

Instituto Nacional de Câncer (INCA)

Praça Cruz Vermelha, 23 - Centro

20231-130 - Rio de Janeiro - RJ

www.inca.gov.br

Realização

Divisão de Comunicação Social

Praça Cruz Vermelha, 23 - Centro

20231-130 - Rio de Janeiro - RJ

Edição

Divisão de Comunicação Social

Praça Cruz Vermelha, 23 - Centro

20231-130 - Rio de Janeiro - RJ - Tel.: (21) 2506-6108



6920

Impressão

ESDEVA

Impresso no Brasil / Printed in Brazil

158m Instituto Nacional de Câncer (Brasil). Divisão de Comunicação Social
Manual operacional / Instituto Nacional de Câncer. - 1. ed. -
Rio de Janeiro: INCA, 2008.

38 p.: il. color.

Inclui glossário

1. Comunicação Social. 2. Disseminação de Informação. 3.
Comunicação em Saúde. I. Divisão de Comunicação Social. I. Título.

CDD 303.22

**Instituto Nacional
de Câncer**

**Divisão de
Comunicação Social**

Manual Operacional

1ª Edição - 2008

Coordenação de Elaboração

Cristina Ruas

Equipe de Elaboração

Divisão de Comunicação Social

Supervisão Editorial

Claudia Lima

Edição

Angélica Nasser Harouche

Revisão

Angélica Nasser Harouche

Cristina Ruas

Fernanda Rena

Capa, projeto gráfico e diagramação

g-dés

Divisão de Comunicação Social

Normalização Editorial e Bibliográfica

Taís Facina – Editora

Kátia Simões e Valéria Pacheco – Bibliotecárias

Divisão de Divulgação Científica/Coordenação de Ensino e Divulgação Científica
(CEDC)

Sumário

Instituto Nacional de Câncer

1. Papel do INCA	9
2. Missão e Visão Estratégica do INCA.	10
3. Públicos-alvo.	10
4. Por que a comunicação é importante para a instituição?. .	10

Divisão de Comunicação Social do INCA

1. Missão da Divisão de Comunicação Social (DCS)	11
2. História da Divisão de Comunicação Social do INCA.	11
3. Estrutura da Divisão de Comunicação Social do INCA. .	13
4. Conheça as atividades da DCS	14
Comunicação Interna.	14
Comunicação Externa	21
Grupos Operativos de Comunicação	30
5. Orientações importantes	32
Contato com a imprensa	32
Eventos.	32
Pautas	33
Publicações.	33
6. Glossário	34
7. Contatos	38

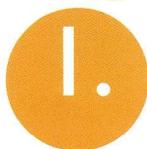
Apresentação

O Manual de Comunicação do Instituto Nacional de Câncer procura apresentar a Divisão de Comunicação Social (DCS) e suas ferramentas para uma estratégia de comunicação. Dirigido ao público interno, o manual é desenvolvido em sete capítulos e 38 páginas, abordando o funcionamento das áreas da DCS – comunicação interna e externa - e oferecendo as normas e condutas de como se relacionar com cada uma delas. O material traz ainda um glossário de mídia.

É papel da DCS garantir a unidade da comunicação, gerenciando o fluxo de informações em uma instituição da complexidade do Instituto Nacional de Câncer:

Tenha sempre o Manual de Comunicação em suas mãos ou consulte no site do INCA ou na Intranet, na seção da Comunicação.

Instituto Nacional de Câncer



Papel do INCA



O Instituto Nacional de Câncer (INCA) é o órgão do Ministério da Saúde responsável por desenvolver e coordenar ações de prevenção, vigilância epidemiológica, controle, assistência, informação, ensino e pesquisa em câncer no Brasil. Entre suas competências estão a assistência ao ministro da Saúde na formulação da política nacional de prevenção, diagnóstico e tratamento do câncer e a prestação de serviços médico-assistenciais aos portadores de câncer e doenças correlatas. Veja abaixo o Decreto Presidencial nº 5.974, de 29 de novembro de 2006.

Cap. II - Art. 2 , Parágrafo único.

O Instituto Nacional de Câncer; unidade integrante da Secretaria de Atenção à Saúde, vincula-se, técnica e administrativamente, ao ministro de Estado da Saúde.

Cap. III - Seção II - Art. 18, Ao Instituto Nacional de Câncer compete:

I. assistir o ministro de Estado na formulação da política nacional de prevenção, diagnóstico e tratamento do câncer;

II. planejar, organizar, executar, dirigir, controlar e supervisionar planos, programas, projetos e atividades, em âmbito nacional, relacionados à prevenção, ao diagnóstico e ao tratamento das neoplasias malignas e afecções correlatas;

III. exercer atividades de formação, treinamento e aperfeiçoamento de recursos humanos, em todos os níveis, na área de cancerologia;

IV. coordenar, programar e realizar pesquisas clínicas, epidemiológicas e experimentais em cancerologia; e

V. prestar serviços médico-assistenciais aos portadores de neoplasias malignas e afecções correlatas.

2.

Missão e Visão Estratégica do INCA

Missão

Ações nacionais integradas para prevenção e controle do câncer

Visão Estratégica

Exercer plenamente o papel governamental na prevenção e controle do câncer, assegurando a implantação das ações correspondentes em todo o Brasil, e, assim, contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população.

3.

Públicos-alvo

Funcionários, pacientes e acompanhantes, profissionais de saúde, residentes, estagiários, especializando, voluntários, prestadores de serviços, fornecedores, gestores da área de saúde, instituições sociais, sociedade civil organizada, complexo industrial, imprensa, poderes legislativo, executivo e judiciário, comunidade acadêmica e científica e população em geral.

4.

Por que a comunicação é importante para a instituição?

O INCA é reconhecido como a instituição de referência na gestão do conhecimento sobre o câncer e no controle da doença no país. Nesse processo, a comunicação é estratégica para o Instituto no desenvolvimento de suas atividades.

De acordo com a Política Nacional de Atenção Oncológica, articulada pelo INCA, as principais estratégias abrangem desde a promoção da saúde até a oferta de cuidados paliativos, além da disseminação do conhecimento sobre o câncer. Para atingir estes objetivos, a Divisão de Comunicação Social do INCA desenvolve ações para garantir à população o acesso contínuo à informação e às oportunidades de aprendizagem sobre as questões relacionadas ao câncer. Bem informada, a população pode atuar de forma consciente para alcançar uma melhor qualidade de vida.

Divisão de Comunicação Social do INCA

A DCS busca ainda, por meio da criação e manutenção de canais, a comunicação entre a Direção do INCA e seus funcionários, prestadores de serviços, voluntários, residentes, estagiários e especializandos. O objetivo é que estes públicos conheçam as ações realizadas pelo Instituto e se sintam participantes das decisões da instituição, de acordo com as premissas do modelo de gestão participativa e compartilhada do INCA. A Divisão também promove e auxilia atividades que contribuem para a integração e valorização dos funcionários.



Missão da Divisão de Comunicação Social (DCS)

Mediar a interlocução do INCA com os atores sociais e entre os setores da instituição. Planejar e implementar ações de comunicação para o controle do câncer no Brasil, possibilitando o acesso da sociedade à produção da informação.



História da Divisão de Comunicação Social do INCA

Até 1995, a DCS cuidava apenas das relações com a imprensa e do boletim interno Informe INCA. Em 1996, contratou uma empresa para fazer um diagnóstico de comunicação que constatou, principalmente, a necessidade de alinhamento interno. Foi criado, então, o primeiro plano de comunicação corporativa do Instituto Nacional de Câncer.

Nessa época, vários meios de informação extra-oficiais circulavam pelo Instituto. O Informe INCA foi o primeiro veículo reformulado para organizar esse fluxo. O Grupo de Comunicação Social, fórum multidisciplinar de discussão e compartilhamento de informações instituído em 1996 com representantes de todas as unidades do INCA, tornou-se peça fundamental para a consolidação do processo de comunicação.

A partir de então, as atividades da DCS foram redimensionadas. O INCA precisava consolidar sua imagem externa de referência na área da oncologia. O Congresso Internacional de Câncer ocorrido em 1998 foi um divisor de águas. A Divisão passou a incorporar novas funções.

Nos anos de 1999 e 2000, a DCS conferiu ao INCA resultados inéditos em visibilidade externa. O site do Instituto registrou a marca histórica de um milhão de consultas. Em 2002, o INCA conquistou o prêmio de melhor site de órgão público conferido pela Aberje (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial). Em 2001, foi criada a Intranet do INCA, inserindo a comunicação interna da instituição na era digital.

Na imprensa, as ações de comunicação para o tema Don't Be Duped – Tobacco Kills, proposto pela Organização Mundial da Saúde em 2000, para o Dia Mundial sem Tabaco, aumentaram em 94% o percentual de centímetros quadrados ocupados em jornais e revistas em relação às comemorações da data em 1999. Pela campanha, o INCA faturou mais um prêmio da Aberje nas categorias assessoria de imprensa nacional e regional.

Em 2003, o contrato com a empresa terceirizada que fazia a assessoria de imprensa do Instituto foi desfeito e a atividade passou a ser realizada pela própria equipe do setor, o que estreitou ainda mais o relacionamento com os jornalistas.

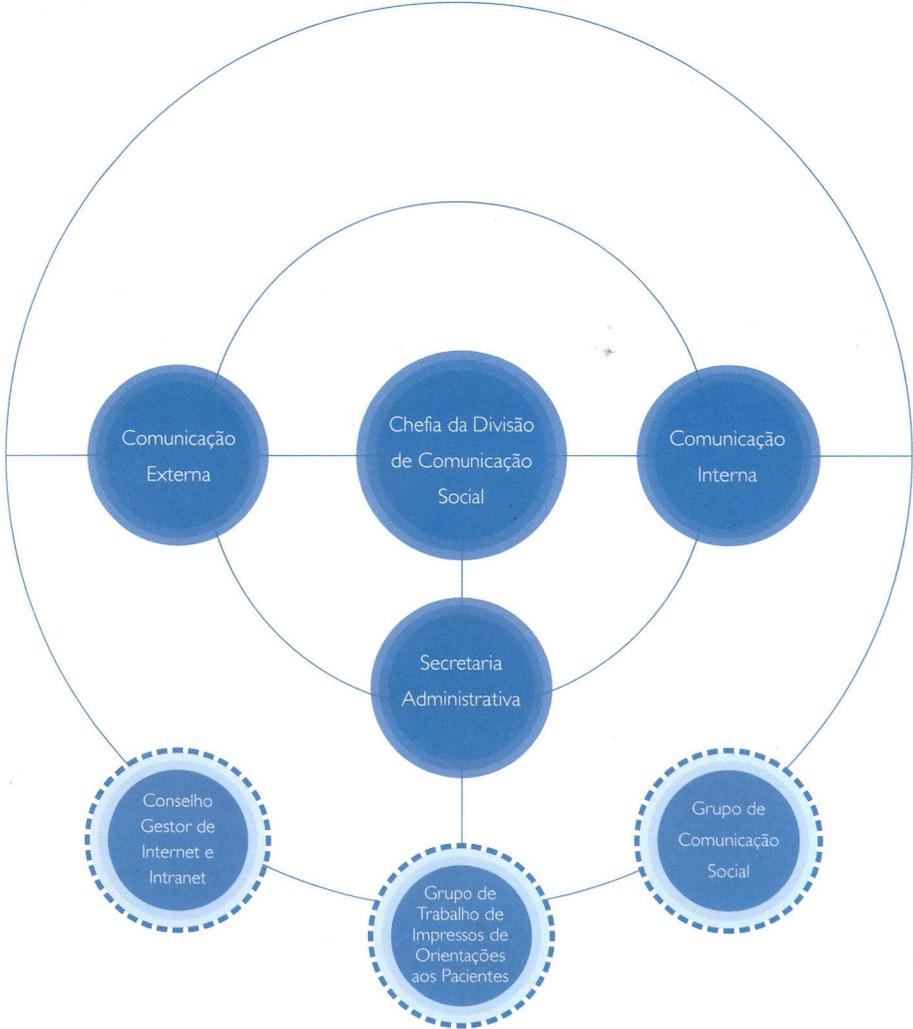
Já entre 2005 e 2007 foram lançados, para o público interno, quatro novos veículos de comunicação e reformulados o Informe INCA e a identidade visual dos veículos dos quadros de avisos. Para os públicos externos da instituição, a Divisão de Comunicação Social do INCA lançou, em 2007, novos instrumentos de informação: a Revista Rede Câncer, voltada para os gestores de saúde, e o projeto Rádio INCA - Informação e Saúde, que tem como objetivo difundir informações na área de prevenção para comunidades.

Além disso, para nortear as ações, a DCS desenvolveu e coordenou a pesquisa de opinião pública "Concepção dos Brasileiros sobre o Câncer". O levantamento, que tem como objetivo orientar as ações de comunicação em saúde do governo, verificou a concepção dos brasileiros sobre hábitos saudáveis, prevenção e tratamento do câncer. Com base na pesquisa será possível realizar um trabalho mais focado em todas as regiões do país, em parceria com as secretarias municipais e estaduais de saúde.

A DCS ao longo dos anos incorporou novos veículos e, conseqüentemente, ampliou suas ações. Atualmente, o objetivo é tornar a informação cada vez mais dirigida aos públicos-alvo, possibilitando assim uma maior eficácia da divulgação.

3.

Estrutura da Divisão de Comunicação Social do INCA



4.

Conheça as atividades da DCS

A Divisão de Comunicação Social do INCA é responsável pelo gerenciamento dos canais de comunicação do Instituto e pela divulgação institucional e está dividida em dois núcleos: Comunicação Interna e Externa. A DCS também é responsável pela elaboração e gestão de publicações informativas e pelo gerenciamento do Grupo de Comunicação Social, do Conselho Gestor de Internet e Intranet e do Grupo de Trabalho de Impressos de Orientações aos Pacientes.

A divulgação institucional para os públicos internos e externos é realizada exclusivamente pela Divisão de Comunicação Social do INCA, por meio de seus canais e instrumentos de comunicação. Para desenvolver todas as ações, a Divisão de Comunicação Social conta com uma equipe de profissionais especializados, lotados no prédio da Praça Cruz Vermelha, e com estagiários que atuam no HC II, HC III e HC IV.

Conheça a seguir cada núcleo da DCS e suas atividades.

4.1

Comunicação Interna

A equipe deste núcleo é responsável por manter um bom relacionamento e a troca de informações entre a Direção e o público interno. Para isto são produzidos diversos materiais informativos e publicações, nos quais a linguagem e o foco são adequados ao público de interesse. Além disso, a Comunicação Interna promove campanhas de sensibilização.

Para solicitar a organização de campanhas internas e enviar de sugestão de informações para divulgação nos veículos de comunicação interna (especificados a seguir) veja os telefones e e-mails de contato do núcleo, na página 38. O contato também pode ser feito pessoalmente na DCS. No caso de sugestão de matérias, a equipe da DCS avalia tecnicamente cada caso e direciona a notícia para o veículo mais adequado.

A Comunicação Interna também é responsável pela colocação de *banners* relativos a eventos e datas comemorativas na entrada das unidades do INCA. O *banner* deve ser colocado com antecedência mínima de uma semana do evento.

Conheça a seguir as publicações e as atividades de responsabilidade deste núcleo.

OBS.: A DCS produz boletins institucionais com informações de interesse de todos os funcionários do INCA. Qualquer publicação interna não produzida pela Comunicação Social deve ser encaminhada para avaliação da Divisão.

Informe INCA

Boletim mensal impresso voltado para os funcionários do Instituto. O objetivo é divulgar atividades e eventos realizados em todas as unidades da instituição. Em 2007, o Informe INCA, que tem versão digital disponível na Intranet, foi reformulado, e a impressão passou a ser colorida. O jornal é enviado para a residência dos funcionários.

Características do veículo

- Periodicidade: Mensal
- Formato: Impresso e eletrônico (disponível na Intranet)

Prazo de entrega do material

a ser divulgado

- No caso de assunto com data (por exemplo, um evento) o tema deve ser sugerido com um mês de antecedência da realização do evento.
- Já os assuntos sem data podem ser enviados a qualquer momento.

OBS.: A DCS não garante que todas as pautas enviadas serão utilizadas.

Atualização de endereço para receber o Informe INCA: envie uma mensagem para o e-mail

comunicacao@inca.gov.br com o nome, endereço completo e CEP.

Semana no INCA

Veículo semanal enviado por e-mail, sempre às terças-feiras, para os funcionários do Instituto. A idéia é divulgar, com agilidade, as atividades e os eventos promovidos pela instituição durante a semana. Lançado em 2006, o Semana no INCA traz ainda matérias sobre as ações do Ministério da Saúde de interesse do público interno.

Características do veículo

- Periodicidade: Semanal
- Formato: Eletrônico (enviado por e-mail)
- Dia de divulgação: Terças-feiras

Prazo de entrega do material a ser divulgado

- Até a quarta-feira antecedente à divulgação da edição.

OBS.: A DCS não garante que todas as pautas enviadas serão utilizadas.



Informe do INCAvoluntário

Criado em 2001, o veículo impresso divulga, para os voluntários da instituição, as ações realizadas pelo voluntariado e pela Área de Ações Voluntárias do INCA. A periodicidade é trimestral e o formato é frente e verso, em duas cores.

Características do veículo

- Periodicidade: Trimestral
- Formato: Impresso

Prazo de entrega do material a ser divulgado

- No caso de assunto com data (por exemplo, um evento), de preferência, o tema deve ser sugerido com um mês de antecedência.
- Já os assuntos sem data podem ser enviados a qualquer momento.

OBS.: A DCS não garante que todas as pautas enviadas serão utilizadas.



Lâmina da Acreditação Hospitalar

Boletim mensal impresso que informa aos funcionários do INCA o andamento das ações referentes ao processo de Acreditação Hospitalar nas unidades assistenciais. A lâmina foi criada em 2006 e será produzida até as unidades conseguirem a certificação pelo Consórcio Brasileiro de Acreditação. Seu formato é frente e verso, em duas cores, e a distribuição é feita por meio de encarte no Informe INCA e pelos coordenadores do processo nas unidades.

Características do veículo

- Periodicidade: Mensal
- Formato: Impresso

Prazo de entrega do material a ser divulgado

- No caso de assunto com data (por exemplo, um evento), de preferência, o tema deve ser sugerido com um mês de antecedência da realização do evento.
- Já os assuntos sem data podem ser enviados a qualquer momento.

OBS.: A DCS não garante que todas as pautas enviadas serão utilizadas.



INCAExpresso

Lâmina distribuída para funcionários, pacientes e acompanhantes na entrada das unidades técnicas, assistenciais e administrativas do Instituto. Criado em 2005, o veículo tem como diferencial a divulgação imediata de informações que são detalhadas posteriormente em outros veículos da DCS. O INCAExpresso tem caráter extraordinário, não possuindo periodicidade regular.

Características do veículo

- Periodicidade: Não há periodicidade regular

- Formato: Impresso

Prazo de entrega do material

a ser divulgado

- Não há prazo limite



Quadros de avisos

A DCS gerencia dois tipos de quadros de informação localizados em todas as unidades do Instituto. No INCA, não é permitido afixar cartazes nas paredes.

INCA Informa

Recados
Classificados
INCAvoluntário
Aniversários
Comunicados

Avaliação da Acreditação no CEMO, HC I e HC II

Conforme o previsto no cronograma de implantação da Acreditação Hospitalar, o CEMO, HC I e HC II participará de uma avaliação de avaliação no mês de junho.

Este trabalho tem como objetivo verificar se as atividades desenvolvidas pelas unidades estão de acordo com os padrões de Acreditação Hospitalar.

O Conselho Brasileiro de Acreditação (CBA) será o responsável por realizar a avaliação em parceria com os Grupos Facilitadores das unidades hospitalares, formados desde o início da implantação do projeto em cada unidade.

Siga em todas as vitrines em cada unidade:

CEMO: Dias 13 e 14 de junho
HC I: De 18 a 20 de junho
HC II: De 27 a 29 de junho

A colaboração de todos os funcionários é imprescindível.

Coordenação de Assistência
20/05/2008

Traz assuntos de caráter oficial, como comunicados das direções e coordenações das unidades ou notícias de Recursos Humanos. A periodicidade é irregular, variando de acordo com a urgência da informação. Ao todo, são 67 quadros.

Características do veículo

- Periodicidade: Não há periodicidade regular
- Formato: Impresso

Prazo de entrega do material

a ser divulgado

- Não há prazo limite

Painel INCA

Divulga notícias de interesse da instituição e de seus públicos e a troca é feita a cada 15 dias. Neste quadro, na seção Informe Livre, são divulgados cartazes de outras instituições com assuntos de interesse do público interno, cuja atualização é semanal. Ao todo, são 42 quadros.

Características do veículo

- Periodicidade: Quinzenal
- Formato: Impresso
- Dia de divulgação: Terças-feiras

Prazo de entrega do material a ser divulgado

- Até a sexta-feira antecedente à divulgação nos quadros.

Seção Informe livre

Características do veículo

- Periodicidade: Semanal
- Formato: Impresso
- Dia de divulgação: Terças-feiras

Prazo de entrega do material a ser divulgado

- Até a sexta-feira antecedente à divulgação nos quadros.

Comunicação com os líderes: compartilhando informações

Veículo criado em 2007 e enviado por e-mail, cujo objetivo é informar os líderes sobre assuntos referentes ao Instituto e que precisam ser compartilhados com os funcionários. Esse veículo não possui periodicidade regular e é divulgado aos líderes da instituição sempre que houver uma informação de caráter urgente ou que precise ser multiplicada para os funcionários de suas unidades ou setores.

Características do veículo

- Periodicidade: Não há periodicidade regular

Prazo de entrega do material a ser divulgado

- Não há prazo limite



Campanhas internas

O núcleo organiza campanhas de comunicação para informar ou sensibilizar o público interno sobre assuntos, atividades ou serviços do Instituto que mereçam mais destaque. As campanhas são realizadas a partir da demanda dos setores. Para a sua realização, a equipe da Comunicação Interna elabora um plano de comunicação estratégico com a utilização de diversas ferramentas e meios de comunicação simultaneamente.

Características do veículo

- Periodicidade: Não há periodicidade regular

Prazo de entrega do material a ser divulgado

- A solicitação de uma campanha interna de comunicação deve ser feita com no mínimo

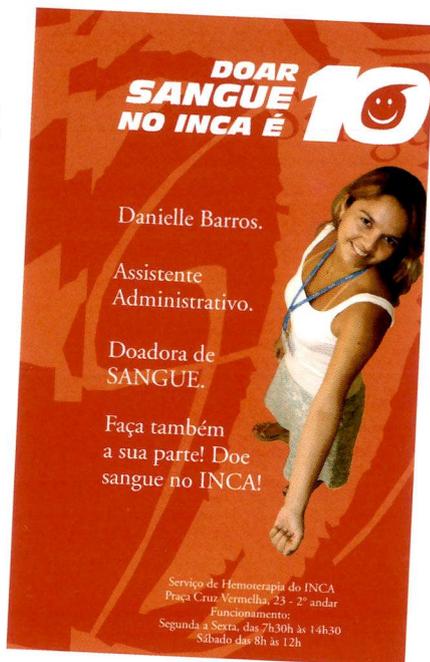
um mês de antecedência do início da divulgação.

Intranet

O núcleo também é responsável pelo gerenciamento, produção e atualização das informações publicadas na Intranet.

Para enviar sugestão de informações para divulgação na Intranet, veja os telefones e e-mails de contato, na página 38.

A Intranet é um canal dinâmico para divulgar informações sobre a instituição para o público interno. Na Intranet, é possível ler matérias sobre eventos, obter informações sobre as áreas e consultar algumas atividades e serviços do Instituto, como o prontuário dos pacientes e os programas de solicitação de serviços. A atualização é diária.



Periodicidade do veículo

- Periodicidade: Diária

Prazo de entrega do material a ser divulgado

- O prazo para inserção do conteúdo varia de acordo com o número de páginas e pode ser implementado entre 24 horas até um mês.
- No caso de sugestão de matérias, o responsável deve entrar em contato antes da realização do evento (apresentação em congressos, eventos internos, publicação de artigo etc).

OBS: Veja na intranet, na seção de comunicação, as normas e procedimentos para intranet e o portal do INCA.

Postmaster

E-mail enviado para todos os funcionários que possuem endereço eletrônico institucional com informações de caráter oficial, como comunicados das direções e coordenações das unidades ou notícias de Recursos Humanos. A periodicidade é irregular, variando de acordo com a urgência da informação. Veja as normas de utilização na Intranet.

Periodicidade do veículo

- Periodicidade: Não há periodicidade regular.
- Formato: Eletrônico

Prazo de entrega do material a ser divulgado

- Não há prazo limite

Eventos

A DCS planeja e organiza:

- eventos internos (inaugurações, cerimônias de posse etc)
- eventos externos (lançamento de publicações, feiras, congressos, premiações etc)
- campanhas institucionais

Eventos técnico-científicos devem ser tratados diretamente com a Coordenação de Ensino e Divulgação Científica (CEDC).

A decisão de promover ou participar de eventos deve ser criteriosa e seletiva, necessitando de um planejamento entre a Divisão de Comunicação Social e a área técnica solicitante para adequar a infra-estrutura do evento aos recursos disponíveis.

Durante a realização de eventos, o setor solicitante deve informar à DCS quaisquer alterações, como data do evento, nomes de autoridades, palestrantes e de outros presentes que venham a compor a mesa solene.

(Veja os prazos e procedimentos na tabela da página 29)

Comunicação Externa

Atua no gerenciamento do fluxo de informações entre o Instituto e a sociedade, compreendida por população em geral, imprensa, órgãos públicos e privados, instituições afins e organizações não governamentais. Além disso, cuida do fortalecimento da imagem do INCA, visando ampliar a visibilidade e ressaltar o papel do Instituto como órgão do Ministério da Saúde responsável pela Política Nacional de Atenção Oncológica.

O núcleo também é responsável pelo gerenciamento, produção e atualização das informações publicadas nos sites ligados ao Portal do INCA e nos boletins eletrônicos (Notícias do INCA, Medula Net e Por um Mundo sem Tabaco) e pelos aspectos relacionados à imagem da instituição (marketing institucional).

Alguns produtos, ferramentas e serviços de comunicação externa são o planejamento estratégico de comunicação, a produção de publicações impressas e audiovisuais, a produção de conteúdo para a Agência INCA de Notícias e a assessoria de imprensa. Cabe também ao núcleo promover uma percepção favorável nos diversos segmentos de público em relação ao INCA e suas ações de prevenção e detecção precoce do câncer, fixar a marca INCA, fortalecer a imagem corporativa e a correta aplicação de sua identidade visual.

Para enviar sugestão de informações para divulgação nos veículos especificados abaixo, veja os contatos do núcleo, na página 38.

Conheça a seguir as atividades e veículos gerenciados pelo núcleo de comunicação externa:

Portal do INCA

O Portal disponível no endereço eletrônico www.inca.gov.br divulga informações sobre o INCA, as bases técnicas do câncer e os serviços disponíveis na instituição.

Além disso, é a porta de entrada para vários sites gerenciados pelo Instituto, como, por exemplo, o site de tabagismo. No Portal também é possível ao usuário enviar mensagens pelo correio eletrônico (contato@inca.gov.br) para esclarecer dúvidas relacionadas ao câncer. O Portal do INCA é voltado principalmente para o público externo (público geral, profissionais e gestores de saúde), mas pode ser acessado pelo público interno. Sua atualização é diária.



Periodicidade do veículo

- Periodicidade: Diária

Prazo de entrega do material a ser divulgado

- O prazo para inserção do conteúdo varia de acordo com o número de páginas e pode ser implementado entre 24 horas até um mês.
- No caso de sugestão de matérias, o responsável deve entrar em contato antes da realização do evento (apresentação em congressos, eventos internos, publicação de artigo etc).

OBS: Veja na intranet, na seção de comunicação, as normas e procedimentos para intranet e o portal do INCA.

Site da Rede de Atenção Oncológica

Gerenciado pela Divisão de Comunicação Social, o site está disponível no endereço eletrônico (www.redecancer.org.br) e tem como objetivo divulgar as ações e projetos da Rede realizados pelos parceiros da iniciativa para o controle do câncer no país.

O endereço eletrônico faleconosco@redecancer.org.br é para divulgação no site da Rede de Atenção Oncológica.

Boletins eletrônicos

Notícias do INCA

Fornecer informações atualizadas sobre o câncer para um público composto por formadores de opinião na área da imprensa, comunicação, saúde e política. A *newsletter* Notícias do INCA tem o objetivo de estender as informações sobre o câncer e suas ações de controle a toda a sociedade, estimulando a discussão e a produção de notícias sobre o assunto.

A publicação também contém *links* para as *newletters* Por um Mundo sem Tabaco e Medula Net, produzidas pelo Instituto, para a revista Rede Câncer e para a Rádio INCA – Informação e Saúde, outros veículos de comunicação do INCA.

Características do veículo

- Periodicidade: Quinzenal
- Formato: Eletrônico (via e-mail).

Prazo de entrega do material a ser divulgado

- No caso de assunto com data (por exemplo, um evento), de preferência, o tema deve ser sugerido com quinze dias de antecedência.
- Já os assuntos sem data podem ser enviados a qualquer momento.

OBS: As pautas devem ser encaminhadas sempre que possível. A DCS não garante que todas as pautas enviadas serão utilizadas.

Notícias do INCA
Instituto Nacional de Câncer

Nova edição

INCA abriu inscrições para o Processo Seletivo 2009 em setembro

INCA discute erros médicos

Dia Nacional de Combate ao Fumo será comemorado por todo o Brasil

HC IV completa uma década de atividades em cuidados paliativos

Veja também

Links

Rede Brasileira de Controle do Tabagismo
Rede Brasileira de Informação e Saúde
Rede de Atenção Oncológica
Revista Rede Câncer

Medula Net

Veículo trimestral enviado para uma lista de endereços eletrônicos formada por profissionais dos hemocentros, laboratórios e centrais de transplante, além de médicos e organizações parceiras. O Medula Net divulga novidades do setor de transplante de medula óssea e informa os números atuais de doadores cadastrados no Registro Nacional de Doadores de Medula Óssea (Redome) e transplantes realizados.

Periodicidade do veículo

- Periodicidade: Trimestral
- Formato: Eletrônico (enviado por e-mail)

Prazo de entrega do material a ser divulgado

Os textos do boletim são preparados com antecedência de 15 dias. Sugestões de matérias devem ser encaminhadas três semanas antes da próxima publicação.

OBS.: As pautas devem ser encaminhadas sempre que for possível. A DCS não garante que todas as pautas enviadas serão utilizadas.



Rádio INCA: Informação e Saúde

Série de programas de rádio sobre câncer que são distribuídos em CD para rádios comunitárias de todo o Brasil. A ideia é atingir a população em geral, principalmente a das camadas socioeconômicas menos favorecidas. Os programas apresentam temas que enfatizam a importância da prevenção e diagnóstico precoce do câncer. Exemplos: como parar de fumar; como se prevenir do câncer do colo do útero etc. São 40 programas ao todo, além de spots gravados por artistas.

Características do veículo

- No total, são 40 programas, distribuídos para rádios brasileiras em cinco CDs.
- Formato: CD de áudio

Prazo de entrega do material a ser divulgado

Como a ideia é que os programas não percam a atualidade, é importante que as pautas não sejam factuais. Os programas são fechados com bastante antecedência. Portanto, as pautas devem ser enviadas à DCS a qualquer momento.



Revista Rede Câncer

Criada em 2007, a revista trata de assuntos de abrangência nacional sob uma perspectiva jornalística. Os gestores de saúde e parceiros da Rede Câncer são o público principal a que a revista se destina. Longe de ser uma versão ampliada do boletim interno, a publicação transcende o conteúdo institucional e não é uma publicação científica. A periodicidade é trimestral.

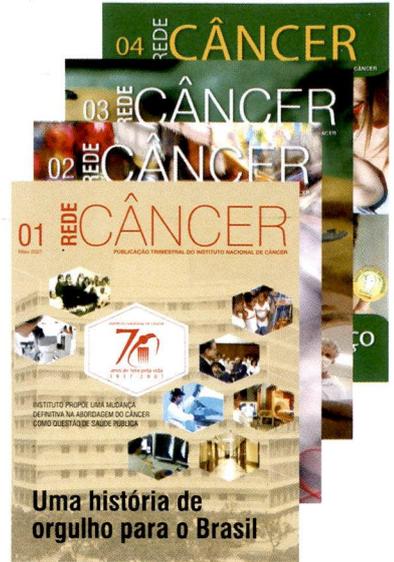
Características do veículo

- Periodicidade: Trimestral
- Formato: Impresso

Prazo de entrega do material a ser divulgado

- No caso de assunto com data (por exemplo, um evento), de preferência, o tema deve ser sugerido com dois meses de antecedência.
- Já os assuntos sem data podem ser enviados a qualquer momento.

OBS.: As pautas devem ser encaminhadas sempre que for possível. A DCS não garante que todas as pautas enviadas serão utilizadas.



Agência de Notícias

Espaço na página principal do Portal do INCA para divulgação de notícias sobre o Instituto que interessem ao público externo. A atualização é diária.

Características do veículo

- Periodicidade: Diária
- Formato: Eletrônico (Portal do INCA)

Prazo de entrega do material a ser divulgado

- As pautas devem ser encaminhadas com pelo menos três dias de antecedência.

Relatório Institucional

Publicação anual impressa com as principais realizações do INCA no ano anterior. Todos os anos, um tema específico relacionado ao período é escolhido para balizar a produção de conteúdo impresso e visual. É destinado aos gestores públicos, parceiros institucionais e sociedade em geral.

Características do veículo

- Periodicidade: Anual
- Formato: Impresso

Prazo de entrega do material a ser divulgado

- O relatório é elaborado e redigido durante um mês. O levantamento é feito pela DCS e por uma empresa contratada para este serviço.

Assessoria de Imprensa

É mais do que uma ponte entre o INCA e os diversos veículos externos de comunicação. O trabalho de assessoria de imprensa possibilita a exposição positiva, o que reforça a imagem institucional do INCA, por meio da divulgação de realizações, políticas e informações. Uma imagem positiva gera credibilidade, fundamental para munir a população de informações confiáveis sobre o controle e a prevenção do câncer; para consolidar o papel de articulador da política nacional de controle do câncer; e para captar recursos que serão utilizados em áreas como pesquisa, ensino, assistência, entre outros.

Características

- Periodicidade: Diária
- Formato: Os releases (textos de divulgação para a imprensa) são encaminhados por e-mail

Prazo de entrega do material a ser divulgado

- As pautas devem ser encaminhadas com pelo menos três dias de antecedência.

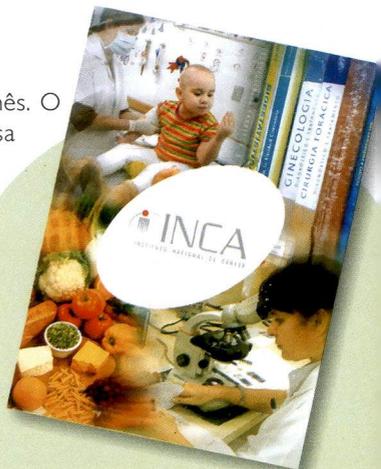
OBS.: No caso de divulgação prévia (ex. inscrições, chamadas para eventos etc), as informações devem ser encaminhadas o mais rápido possível, uma vez que cada veículo de imprensa possui prazos particulares de fechamento.

Clipping

Os *clippings* são levantamentos de matérias sobre o INCA que saem nos meios de comunicação. Essas matérias são fontes tangíveis utilizadas para medir a imagem externa da instituição junto à sociedade em geral. Conforme a classificação, as matérias podem ser consideradas positivas, negativas ou neutras. A partir da análise do clipping, podem ser desenvolvidas ações e estratégias para evitar ou minimizar crises e potencializar bons resultados.

Características

- Periodicidade: Diária
- Formato: Os clippings são enviados durante todo o dia para a DCS, pela empresa contratada para o serviço.
- Os clippings são analisados diariamente pela DCS.

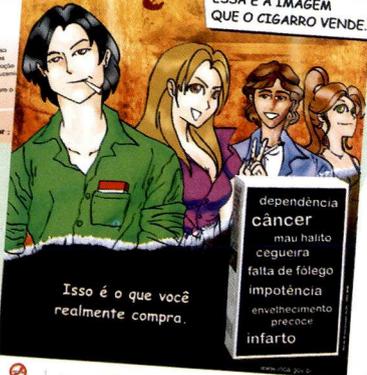


**Você pode ser a esperança
de vida para alguém.
Cadastre-se como doador
de Medula Óssea.**



se liga!

**ESSA É A IMAGEM
QUE O CIGARRO VENDE.**



**Isso é o que você
realmente compra.**

dependência
câncer
mau hábito
cegueira
falta de fôlego
impotência
envelhecimento
precoce
infarto

Comunicação Visual

Cria projetos gráficos e elementos visuais, seguindo as referências e padrões de imagem da instituição. Podem ser:

- materiais impressos e eletrônicos: cartazes, folhetos, manuais, boletins, embalagens de produtos etc;
- sinalização interna, externa e fachadas;
- cartões de visita.

Para solicitar projetos gráficos e material publicitário, veja os telefones e e-mails de contato, na página 38.

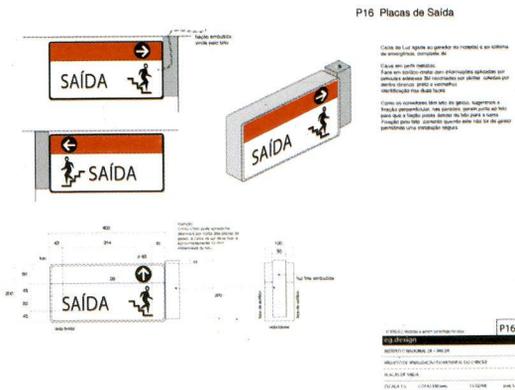
Em caso de pedidos de criação de projetos gráficos e material publicitário, a equipe se reúne com o solicitante para uma reunião de briefing, para esclarecer seus objetivos, necessidades, público-alvo etc. O núcleo irá propor as ações para melhor desenvolver o trabalho.

O pedido deve estar de acordo com as estratégias de comunicação do INCA e da área técnica solicitante. Caso haja custo, será verificado se há verba disponível ou se o solicitante tem recursos próprios. (Veja os prazos e procedimentos na tabela da página 29)

Identidade Visual e Logomarcas

- A logomarca oficial da instituição é a do INCA. Qualquer pedido de uma nova logomarca deve ser apresentado pelo solicitante à Divisão de Comunicação Social, que fará uma avaliação e aprovará com a Direção Geral do Instituto.
- Todo material de distribuição externa deve apresentar obrigatoriamente as logomarcas: INCA - SUS - Ministério da Saúde - Governo Federal.
- Nos materiais de distribuição interna devem constar obrigatoriamente as logomarcas: INCA - Ministério da Saúde.
- As logomarcas podem ser solicitadas à Divisão de Comunicação Social pelos e-mails comvisual@inca.gov.br ou comark@inca.gov.br com uma justificativa para o uso. Todo material deve ser aprovado pela DCS quanto à aplicação das logomarcas.





• A sinalização é uma atividade desenvolvida em parceria com a Administração de cada unidade, que é responsável pelo levantamento de suas necessidades. Assim, a Comunicação Social só recebe pedidos da Administração. Caso o setor não tenha verba disponível para a produção, outras alternativas serão discutidas.

• Outros materiais, que não se encontram citados no quadro Atendimento, Normas e Prazos deste manual, podem ser propostos pela Comunicação Social ou sugeridos pelo solicitante. A DCS irá analisar a sugestão e sua viabilidade. A reprodução de materiais do INCA pode ser feita desde que o Instituto, por meio da Divisão de Comunicação Social, tenha conhecimento e concorde com a reprodução.

Fluxo de Solicitação de Cartões de Visitas

• A produção de cartões de visita do INCA é gerenciada pela Coordenação de Recursos Humanos, responsável por receber os pedidos, definir funcionários e setores que têm direito ao cartão (exemplo: diretores, coordenadores, chefes de equipes e funcionários autorizados por estes, mediante justificativa que será avaliada pela CRH) e as informações constantes, como cargo, nome do setor e informações para contato. Os pedidos aprovados devem ser encaminhados pela CRH para a Divisão de Comunicação Social, responsável por produzir o layout para impressão na gráfica do INCA.

• A CRH também avaliará, no momento da contratação, quais funcionários recém-admitidos terão direito aos cartões de visitas.

• Os cartões são impressos em papel opalina branco, telado, com gramatura de 180g/m², em duas cores, com 8,5 centímetros de largura e 5,5 centímetros de altura. O idioma do cartão pode ser português ou inglês, sendo possível imprimir os dois idiomas no mesmo cartão (frente e verso).

• O tempo mínimo para produção de cartões na gráfica do INCA é de 15 dias. As entregas são feitas duas vezes por mês, de quinze em quinze dias. Pede-se, portanto,

que os pedidos sejam encaminhados à CRH sempre com um mês de antecedência, para que possam ser atendidos dentro das expectativas do solicitante.

- Os pedidos de cartões, assim como as solicitações de alterações ou reimpressão, devem ser feitos à secretaria da Coordenação de Recursos Humanos.
- A entrega dos cartões será feita diretamente pela CRH.

Veja a seguir o modelo de cartão com as informações que devem ser incluídas:

Só serão incluídos cargos de chefia, coordenadores e diretores do INCA. Os demais funcionários deverão colocar o seu setor ou unidade (fonte Futura MdCn Bt, tamanho 9)

Nome do solicitante (completo ou abreviado, de acordo com os limites de espaço do cartão) em fonte Futura BdCn Bt, tamanho 10 ou 11

INCA
INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER

Marcos Fábio Medeiros Vieira

Divisão de Comunicação Social | Praça Cruz Vermelha, 23 / 4º andar
Centro- Rio de Janeiro, RJ. CEP: 20230-130
Tel.: (21) 2506-6255
Fax: (21) 2506-6880
Email: marcosfv@inca.gov.br

MINISTÉRIO DA SAÚDE www.inca.gov.br

- Endereço da unidade onde ele trabalha, constando dados como nome da rua, número do prédio, andar e sala, bairro, cidade e CEP (fonte Futura MdCn Bt, tamanho 9);
- Um número de telefone fixo, um móvel e um de FAX (fonte Futura MdCn BT, tamanho 9);
- E-mail da instituição ou, caso não o possua, um e-mail público (fonte Futura MdCn Bt, tamanho 9).

Eventos	Prazo de antecedência para solicitação de material	Procedimentos	
Eventos Internos	2 meses	Reunião de briefing	
Eventos Externos	4 meses		
Programação Visual - layout (não inclui impressão)	Prazo de antecedência para solicitação do material	Procedimentos	
Cartões de Visita	1 mês	Solicitação direta à CRH e entrega do produto final pela gráfica do INCA. As normas de solicitação encontram-se na página 28.	
Sinalização	15 dias	Reunião de briefing	
Adesivos e plotagens			
Banner			
Bloco de Anotações			
Busdoor	1 mês	Reunião de briefing. No caso das cartilhas de orientação aos pacientes, a solicitação é dirigida ao Grupo de Trabalho de Impressos de Orientações aos Pacientes, para avaliação, com a DCS.	
Camisa	1 mês		
Cartão/ Convite	15 dias		
Cartaz			
Cartilha (média de 12 páginas)	3 meses		
Anúncio publicitário	1 mês		Reunião de briefing
Diploma	15 dias		
Flyer	2 semanas		
Folder	1 mês		
Fundo de tela	1 semana		
Lâmina	15 dias		
Livro/Publicação(Layout de 120 páginas com texto já fechado pelo solicitante)	100 dias úteis		
Marcador de página	1 semana		
Móbile	2 semanas		
Outdoor	1 mês		
Produção de fotos para materiais gráficos	1 semana		
Postmaster (layout)			
Ventarola		2 semanas	

OBS.: A produção de cada um destes materiais será previamente avaliada pela DCS.

Grupos Operativos de Comunicação

Alinhada ao modelo de gestão participativa e compartilhada do INCA, a DCS gerencia o Grupo de Comunicação Social, o Conselho Gestor de Internet e Intranet e o Grupo de Trabalho de Impressos de Orientações aos Pacientes, que conta com a participação de funcionários de diversas áreas e unidades do Instituto.

Grupo de Comunicação Social (GCS)

O grupo é uma fonte de pautas utilizada pela Comunicação Social para alimentar os veículos de comunicação interna e externa relacionados ao Instituto. A idéia é que o grupo, formado por representantes de todas as unidades do INCA, funcione como uma rede integrada de informações e comunicação. O grupo funciona também como um fórum de validação das ações de comunicação do INCA.

Conselho Gestor de Internet e Intranet

Instituído pela Portaria da Direção Geral nº 65, de 11/4/2006, é formado por representantes das unidades técnicas, administrativas e assistenciais, e de outras áreas do INCA. Possui função consultiva quanto à política editorial e operacionalização das informações sobre as bases técnicas do câncer e assuntos correlatos no Portal do INCA na Internet e na Intranet. Além disso, nomeia gestores de conteúdo responsáveis pela publicação e atualização das informações na Internet e na Intranet. O Conselho é presidido pela DCS.

Grupo de Trabalho de Impressos de Orientações aos Pacientes

O grupo foi criado para otimizar o processo de elaboração das Cartilhas de Orientações aos Pacientes, coordenado pela DCS, com uma abordagem multiprofissional. O grupo é composto por uma equipe multidisciplinar de cada unidade hospitalar do INCA. Todas as solicitações e alterações de cartilhas deverão ser trazidas pelo grupo. Solicitações de novas tiragens, sem alteração, devem ser solicitadas diretamente à Gráfica pelo telefone (21) 3872-2787 ou pelo e-mail grafica@inca.gov.br.

Normas e procedimentos

- Os pedidos de novos impressos de orientações aos pacientes devem ser encaminhados a um participante do Grupo de Trabalho (GT), para que este apresente ao restante do GT em suas reuniões. A lista dos participantes está disponível na Intranet;
- Aprovada a criação do material, são definidos os participantes do subgrupo responsável pela finalização do texto e escolha dos temas para ilustrações;
- Uma vez concluído e aprovado o conteúdo, a Divisão de Comunicação Social define o veículo mais adequado ao texto (lâmina ou cartilha), desenvolve o layout, produz o fotolito e envia à Gráfica do INCA;
- A Gráfica do INCA produz a quantidade solicitada (via formulário 040 – Solicitação de Serviços Gráficos, fornecido pela própria Gráfica) e encaminha para o Almoxarifado da unidade do solicitante;
- O Almoxarifado encaminha o material para o solicitante.

Pedidos de alterações:

- Alterações nos impressos deverão ser sugeridas nas reuniões do GT e discutidas por todos os participantes.
- Aprovadas as alterações, elas devem ser encaminhadas à Comunicação Social, conforme o processo descrito acima.
- O solicitante da alteração se compromete a utilizar todo o material produzido anteriormente à alteração. Casos especiais serão analisados pelo GT.

5.

Orientações importantes



5.1

Contato com a imprensa

- Algumas vezes, os profissionais do INCA são contatados pelos meios de comunicação sem intermediação da DCS. Nestes casos, procure o núcleo de Comunicação Externa da Divisão de Comunicação Social, que poderá prestar consultoria adequada e acompanhará a entrevista, se necessário. É preciso analisar a estratégia mais adequada aos assuntos e veículos. Como não há regras rígidas, é preciso fazer essa avaliação a cada momento.
- Ao ser abordado por um jornalista, mesmo de maneira informal, nunca dê opiniões pessoais sobre qualquer assunto. Elas poderão ser tomadas como opinião da instituição.
- Quem trabalha nas unidades hospitalares do INCA precisa ter ainda mais cuidado no trato com a imprensa. Não se deve permitir que jornalistas circulem sozinhos pelas unidades sem acompanhamento de profissional de comunicação do INCA. Caso isso aconteça, peça ao jornalista para aguardar, enquanto entra em contato com a Divisão de Comunicação Social.
- Não marque entrevistas sem antes combinar com a Divisão de Comunicação Social. Além da possibilidade de não haver profissional de comunicação para acompanhar o encontro, a pauta da matéria pode não ser adequada aos objetivos institucionais. Cancelar a entrevista depois de haver consentido em concedê-la prejudica a credibilidade e a imagem institucional.

5.2

Eventos

- Durante a realização de eventos, o setor solicitante deve informar a DCS quaisquer alterações, como data do evento, nomes de autoridades, palestrantes e de outros presentes que venham a compor a mesa solene.

5.3

Pautas e matérias

- Na aprovação de matérias para os veículos internos, é importante que seja respeitado o número de linhas preestabelecido, pois a maioria dos veículos possui espaço limitado.
- Entre em contato com a Divisão de Comunicação Social sempre que você achar que um assunto do Instituto merece destaque e divulgação pelos veículos de comunicação interna ou externa do INCA.

5.4

Publicações

As ações relacionadas à publicação são exercidas de forma coordenada entre a Divisão de Comunicação Social (DCS) e a Coordenação de Ensino e Divulgação Científica (CEDC) para garantir coerência e qualidade. Todas as publicações institucionais de caráter informativo ou periódicos são elaborados, preferencialmente, pela DCS ou devem ter prévia aprovação do setor. Já as publicações e documentos técnico-científicos são elaborados ou publicados pela CEDC ou com sua aprovação.

6.

Glossário



Banner - Bandeira, estandarte ou fâmula com mensagem publicitária, confeccionado em papel, plástico ou tecido. O banner é geralmente usado exposto em espaços públicos, pendurado em postes ou marquises, pontos-de-venda, exposições etc.

Briefing - resumo de informação, instrução e diretrizes transmitido pela chefia aos responsáveis pela execução de um determinado trabalho (criação de uma campanha publicitária ou cobertura jornalística), estabelecendo público-alvo, objetivo da comunicação, prazo, entre outros requisitos.

Browser (navegador) - Software de aplicação que permite visualizar e procurar a parte essencial, texto, imagens, gráficos de maneira aleatória ou sistemática. O navegador é a ferramenta que se utiliza para abrir sites na Internet. Então, é a ferramenta que permite que você acesse o site desejado. O mais comum é o Internet Explorer, utilizado no INCA.

Busdoor - Cartaz, adesivo ou painel publicitário exposto em ônibus.

Cerimonial - Conjunto de regras e formalidades que devem ser seguidas em um ato solene ou festa pública.

Clipping - Seleção de recortes de jornais com notícias sobre um determinado assunto. A assessoria de imprensa entrega ao cliente um clipping com a coletânea do que saiu publicada sobre as notícias divulgadas.

Coletiva de Imprensa - É a entrevista em que comparecem jornalistas de diversas editorias ou de diversos veículos.

Correio eletrônico - O e-mail, ou *electronic mail*, quer dizer correio eletrônico. Ele permite ao usuário enviar e receber mensagens diretamente pelo computador, por meio de um endereço na Internet. Essas mensagens podem conter textos, figuras, animações e ainda permitem arquivos anexados.

Domínio - nome que descreve a organização com a qual um endereço na Internet está vinculado. O domínio é sempre o nome que aparece à direita do símbolo @ (arroba), num endereço eletrônico, e logo em seguida da expressão www.

Download - Consiste em fazer uma cópia de arquivo remoto da rede para o seu computador pessoal. O oposto, transferir um arquivo de sua máquina local para a rede, chama-se upload. Down em Inglês significa abaixar e Load significa carga. Ou seja, download é o ato de "baixar um arquivo" disponível na Internet para o computador remoto, salvando como documento normal.

Editorial - É um artigo de opinião por excelência, tomada de posição. Compromete a responsabilidade moral do jornalista, que tem a grande liberdade de tom devendo desempenhar um papel nobre, um assunto de cada vez. No editorial devem evitar-se sumários do conteúdo da publicação. O título deve ser particularmente forte e significativo. É sempre assinado: direção e editores, jornalistas com conhecimento em causa em determinados casos.

Entrevista - Técnica de investigação e coleta de informação. É o relato de uma conversa/diálogo – imprensa – ou o próprio diálogo – televisão e rádio – em que o jornalista (entrevistador) coloca perguntas a um entrevistado. A entrevista tem o objetivo de registrar declarações de fontes de informação ou obter a informação necessária/importante sobre um determinado acontecimento/assunto.

Flyer - Peça de menores dimensões incluída em malas diretas para chamar a atenção sobre um determinado aspecto. Pode ser para reforçar a importância de um brinde, de um concurso etc.

Folder - Folheto ou prospecto constituído por uma folha impressa, com duas, três ou mais dobras.

Fonte - Abrange as pessoas, autores de declarações, opiniões e juízos transmitidos ao jornalista, mas também os documentos e arquivos jornalísticos, em suporte escrito, de som e de imagem.

Fotolito - Película transparente, de acetato, onde se registra, por meios fotomecânicos, a imagem (texto, foto, desenho etc.) que se deseja imprimir: Filme (positivo ou negativo) ou jogo de filmes que reproduz textos e ilustrações e serve de matriz para gravação de chapas destinadas à impressão pelo sistema offset, para o preparo de telas destinadas à serigrafia etc.

Gancho - Mote de uma matéria.

HTTP - É o protocolo pelo qual o browser e os sites na Internet se comunicam. Protocolo que diz ao servidor para mandar páginas da World Wide Web para seu computador. Sempre que se visita algum site, o endereço é iniciado com http. Esta sigla informa ao computador que este é o protocolo que vai definir como os servidores devem transferir entre si comandos ou informações relativos ao www.

Home page - É a página inicial de um site ou qualquer endereço eletrônico com conexão, ou hiperlinks, para outros servidores da Internet ou ainda para entradas de hipertexto. Muitas pessoas utilizam inadequadamente o termo home page para definir qualquer página na World Wide Web. Rigorosamente, uma home page é a página de entrada de um Web site, mas o termo pode ser usado também para indicar a página principal de uma determinada seção.

HTML - É a linguagem que se utiliza para formatar um texto na Internet. Com essa linguagem, podem ser definidas páginas que contenham informações nas mais variadas formas: texto, som, imagens e animação.

Intranet - São redes corporativas que se utilizam da tecnologia e infra-estrutura de comunicação de dados da Internet. Utilizadas na comunicação interna da própria empresa e/ou comunicação com outras empresas.

Jornalismo Científico - Divulgação da ciência e tecnologia pelos meios de comunicação de massa, segundo os critérios e o sistema de produção jornalísticos. Não deve ser confundido com divulgação científica. Embora ambos se destinem ao chamado público leigo, com a intenção de democratizar as informações (pesquisas, inovações, conceitos de ciência e tecnologia), o jornalismo científico obedece ao padrão de produção jornalística.

Lâmina - Qualquer impresso de uma única folha, que não possui nenhuma dobra.

Lauda - É a página padrão utilizada no jornalismo.

Lide (do inglês lead) - Parágrafo inicial de matéria jornalística que dá um panorama geral do texto para o leitor. Geralmente, tenta-se responder às perguntas "o quê?", "quem?", "quando?", "como?", "onde?" e "por quê?".

Link - Apontador para uma fonte de informação. A partir de um link, abre-se uma página e daí pode se chegar a outros links. Quando estamos numa home page, percebemos com o movimento do mouse que algumas palavras aparecem em destaque, ou como dizemos, "clicáveis". Isso significa que se clicarmos nessas palavras passaremos para outras páginas, com mais informações. É uma espécie de apontador para outra fonte de informação.

Layout - Esboço mais elaborado de qualquer trabalho de arte gráfica: cartaz, folheto, logomarca, ilustração, etc. No layout estão apresentados (ainda não na forma definitiva, mas aproximada) todos os elementos visuais básicos (títulos, texto, ilustração etc.) do trabalho que está sendo criado.

Login - Significa registrar-se. Login é o nome do usuário pelo qual se identifica para muitas coisas. Por exemplo, para receber e-mails. É a identificação pela qual o computador reconhece o usuário. Log, em inglês, quer dizer registro, e in quer dizer dentro. Fazer login é o ato de dar a identificação necessária na hora de utilizar o computador.

Logomarca - Símbolo que funciona como elemento identificador e representativo de uma empresa, de uma instituição ou de um produto.

Meios ou veículos de comunicação - Canal ou cadeias de canais que ligam a fonte ao receptor; sistema constituído de elementos físicos no qual ocorre a transmissão de mensagens. Pode ser revista, jornal, cinema, multimídia etc. Também chamados de mídia.

MóBILE - Peça publicitária usada em pontos-de-venda, confeccionada geralmente em papelão e arame e suspensa no espaço por fios, para movimentar-se ao vento.

Off the Record ou Off - Termo em inglês, significa fora dos registros. Refere-se à informação de fonte que não é revelada.

Outdoor - Designa qualquer propaganda feita fora, exposta em via pública. Podemos distinguir por suas grandes dimensões, locação em locais de boa visibilidade, apelo visual e leitura instantânea.

Pauta - É o conjunto de idéias e informações que orienta a produção de uma reportagem. É o documento do veículo que contém orientações claras de como o repórter deve proceder na apuração da matéria.

Password - Senha em Inglês. É a combinação de letras e números ou palavra-chave que identifica quem usa o computador, em conjunto com o login. O password é secreto e o Login não necessariamente.

Postmaster - E-mail do responsável pelo sistema de correio eletrônico de um servidor de rede. No INCA, o serviço de postmaster é gerenciado pela DCS, que administra e envia os e-mails com conteúdo de interesse institucional para todos os funcionários que possuem e-mail do domínio INCA.

Personagem - Recurso utilizado para aproximar o público leitor ou espectador do tema explorado pela matéria jornalística. No caso do INCA, paciente ou profissional cuja experiência pode ilustrar a matéria, ajudando o público a assimilar o assunto em pauta, por meio da identificação pessoal.

Plotagem - Imprimir com uso de plotter, impressora própria para fazer traços, movimentando com uma ou mais canetas, sobre uma folha de papel, plástico e outros suportes. É utilizado para trabalhos em grandes formatos, como faixas publicitárias.

Portal - Site que funciona como entrada à Internet, oferecendo desde serviços como e-mail, notícias, bate-papo a outras funcionalidades. Além disso, o Portal pode funcionar como uma "porta de entrada" para vários sites, agregados sob um único domínio.

Press-release ou Release - Texto de divulgação escrito por jornalista para jornalistas. É o texto de base produzido pela assessoria de imprensa. Deve ser pautado em regras jornalísticas. Usa normas totalmente diferentes das aplicadas no texto publicitário.

Provedor de Acesso ou Provider - Empresa que presta serviço de conexão à Internet, tornando possível o acesso por meio de uma ligação telefônica, geralmente local.

Spot - Comunicação breve, em televisão ou rádio. Dura geralmente de 15 a 30 segundos, e pode conter mensagem comercial ou não.

Stand - Espaço reservado a cada participante de uma exposição ou feira.

Ventarola - Brinde promocional, geralmente feito de papelão, que serve para se ventilar.

Website, Site ou Sítio - É um local na Internet, com conteúdo, cuja porta de entrada é sempre sua home page. Contém páginas interligadas conhecidas como documentos de hipertexto (páginas de Web). Os sites são usados para oferecer aos usuários informações institucionais sobre uma empresa, notícias, lojas virtuais, jogos, entre outras.

WWW (World Wide Web) - É a teia global que se criou na Internet. Com o advento da navegação, a Internet se tornou algo fácil e simples. Criou-se essa expressão de teia global, que de certa forma explica bem o que é a Internet: uma teia de computadores interconectados. Conjunto de servidores que falam em http e que têm informação armazenada em html. É uma gigantesca base de dados distribuídos de maneira acessível e prática.



Contatos da DCS



Secretaria Administrativa:

(21) 2506-6108 / 2506-6582 ou pelos e-mails: comunicacao@inca.gov.br / comadm@inca.gov.br

Comunicação Interna:

(21) 2506-6182 / 2506-6096 / 2506-6115 / 2506-6082 ou pelos e-mails: comhcl@inca.gov.br / comdigital@inca.gov.br

Comunicação Externa:

(21) 2506-6103 / 2506-6607 ou pelo e-mail: comexterna@inca.gov.br

Comunicação Visual:

(21) 2506-6255 / 2506-6426 ou pelos e-mails: comvisual@inca.gov.br / comark@inca.gov.br

O contato também pode ser realizado pessoalmente na DCS.

www.inca.gov.br



**Ministério
da Saúde**

30
15
2
MEM

Nº 426