

Instituto consolidou imagem positiva na mídia em 2019

Com um percentual de mais de 97% de reportagens favoráveis veiculadas pela mídia, o INCA fechou o ano de 2019 de maneira bem-sucedida. O *Relatório Anual de Assessoria de Imprensa* apontou mais de 9.100 matérias que citavam o Instituto até o dia 12 de dezembro. Do total, 391 foram divulgadas em veículos de grande relevância e circulação, como os maiores jornais impressos, telejornais e programas de rádio do País, dando destaque a ações positivas da instituição.

O assunto que gerou maior exposição foi o Outubro Rosa, com sua campanha de prevenção e detecção precoce do câncer de mama. Uma análise feita pelo INCA sobre a situação da doença no Brasil, que mostrava como as desigualdades sociais impactam o diagnóstico precoce, foi notícia na Agência Brasil, no “Jornal Nacional” e no “Jornal Hoje”, da TV Globo, no programa “Estúdio i”, da GloboNews, e em portais como Terra, R7, UOL, Exame, IstoÉ e O Dia. Também foram assuntos de ampla divulgação o Registro Nacional de Doadores de Medula Óssea (Redome) e o tabagismo.

A diretora-geral, Ana Cristina Pinho, destacou que o trabalho proativo na relação com a imprensa colabora para que o INCA cumpra sua missão. “Temos como política responder a tudo que chega, notícias boas ou

ruins, e corrigir informações equivocadas relacionadas ao Instituto. É isso que, em conjunto com as datas institucionais, as campanhas, os temas e as parcerias que trabalhamos com os jornalistas, constrói uma reputação positiva, com credibilidade junto à opinião pública”, afirmou.

Segundo a diretora, o fato de haver diversos porta-vozes preparados para atender à imprensa fortalece a posição da instituição como referência no controle do câncer no País. Pelo segundo ano consecutivo, a fonte mais procurada pelos jornalistas foi a secretária-executiva da Comissão Nacional de Implementação da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CONICQ), Tânia Cavalcante, ouvida em 168 reportagens no ano passado.

Malefícios do cigarro ganharam espaço na imprensa

Tânia acredita que a abertura da mídia para a discussão sobre como as dinâmicas de mercado são determinantes da epidemia de tabagismo está diretamente ligada ao sucesso da Política Nacional de Controle do Tabaco (PNCT).

“Até meados da década de 1990, uma época em que circulavam belas propagandas de cigarros, tínhamos as portas da imprensa fechadas para matérias sobre os malefícios do tabagismo. Com a divulgação, em 1996, de um estudo do Instituto mostrando que os fabricantes mentiam sobre os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono, o jogo virou, e a indústria do tabaco perdeu credibilidade. Desde então, o INCA consolidou seu trabalho de captar proativamente espaço na mídia, ajudando a desconstruir a noção de que fumar era bom”, destaca.

Entre os assuntos relacionados à CONICQ veiculados em 2019, a secretária-executiva destaca a aprovação no Senado Federal do projeto de lei que proíbe a exposição das embalagens de cigarros em pontos de vendas; a queda do consumo de cigarros ilegais no País; e os esclarecimentos sobre os perigos dos dispositivos eletrônicos para fumar.

Para a chefe do Serviço de Comunicação Social, Mônica Torres, o resultado de mídia do último ano produz uma imagem institucional sólida e coloca o Instituto como um propagador de informações confiável e aberto. “Os relatórios trimestrais que apresentamos para a diretoria-executiva nos ajudam a acompanhar e avaliar a reputação do INCA na imprensa, bem como a identificar oportunidades temáticas a trabalhar e pontos de aprimoramento”, complementa.



Principais temas de reportagens com destaque para o INCA nos veículos de comunicação

- Outubro Rosa
- Registro Nacional de Doadores de Medula Óssea (Redome)
- Tabagismo