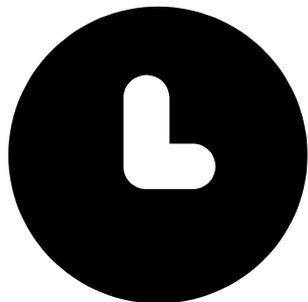


## Quando a comunicação faz a diferença

O planejamento de divulgação da Coronavac, após a aprovação da Anvisa, teve estratégias claras e execução impecável

Por Clotilde Perez



18 de janeiro de 2021 | 13:45



NotíciasOpinião

← Anterior Próximo →

O governador de São Paulo foi rápido, inteligente e eficiente nas estratégias comunicacionais de divulgação do início da vacinação contra a COVID-19, minutos após a aprovação da Anvisa. Certamente haverá a turba que rotulará a atitude como marketeira ou política, mas afinal João Doria é o quê se não político? Lembrando que sua formação básica foi em Publicidade, mostra que aprendeu bem, ainda que não estejamos aqui para discutir suas intenções, digamos, segundas. Estamos imersos em um contexto de medo e morte, além dos efeitos cotidianos do desgoverno federal, com políticos, gestores públicos, ministros e o pior, um presidente negacionista, precisamos sim reconhecer o mérito do governador de São Paulo, João Doria.

O planejamento de divulgação da Coronavac, após a aprovação da Anvisa, teve estratégias claras e execução impecável. Analisemos algumas manifestações mais evidentes. Inicialmente destaca-se a escolha da primeira pessoa a ser vacinada, mulher, enfermeira, negra, intensivista do Hospital Emílio Ribas, ganhadora do prêmio “notáveis” pelo trabalho realizado no cuidado aos pacientes com Covid, concedido há pouco tempo por um veículo de mídia, voluntária para os testes da Coronavac há meses. Mônica Calazans reunia todas as características que a colocavam no grupo prioritário para vacinação, mas também carregava potência midiática singular.

O planejamento incluía seu discurso ao lado do governador, acompanhado pela imprensa, midiático exponencialmente. Na sequência outros profissionais da saúde foram imunizados, incluindo uma enfermeira indígena, que compareceu ao HC com seus trajes típicos, prontamente reconhecíveis, também pertencente ao grupo indicado a primeira fase da imunização, reunindo as duas condições, profissional da saúde e indígena.

Importante analisar a potência da identidade visual da campanha da Coronavac, toda na cor verde, emblemática da medicina e do Instituto Butantan, criado em 1901, com o médico Vital Brazil, sendo seu primeiro diretor clínico e responsável por muitos projetos que tornaram o instituto a referência em pesquisa biológica e imunização, orgulho para São Paulo e para o país. A cor verde, além de ser a cor nacional mais significativa, carrega os sentidos da natureza, do frescor dos inícios e, principalmente, da vida.

“vacinado” e bóton autocolante verde para ser carregado orgulhosamente no peito com a mesma informação, tudo na cor verde.

O slogan “Vacina do Butantan, vacina do Brasil”, que revela o duplo vínculo científico e topológico, contou com apoio de campanha publicitária, divulgada em horário nobre neste domingo em TV aberta e redes sociais, reforçando a qualidade da vacina e a seriedade do Instituto, que é de São Paulo, que é do Brasil.

O anúncio da doação de 50 mil doses da Coronavac aos profissionais da saúde do Amazonas, estado que se encontra devastado pela falência do sistema de saúde, enfrentando mortes diárias que poderiam ser evitadas, mortes por falta de oxigênio, foi um ato humanitário. Político, mas humanitário ao mesmo tempo.

Mais ainda quando se sabe que as tais 50 mil doses não estavam incluídas nos lotes para o Ministério da Saúde, tampouco foram retiradas da cota do estado de São Paulo, mas sim do lote do Butantan reservado para as pesquisas. Importante lembrar que o Amazonas foi o estado brasileiro que recebeu a menor verba do governo federal para investir na saúde em 2020, desprezo pela vida.

Discurso científico preciso, contundente e a favor da vida foi a marca de todos os gestores públicos que participaram da coletiva ao lado do governador, revelando afinidade e coesão do posicionamento assumido guardando boa capacidade de gerar os efeitos de sentido de competência e coragem.

Além da campanha publicitária do Instituto Butantan, de caráter social, com vistas ao bem de todos, com explicações sobre a importância da vacina e a necessidade da imunização, foi criado o site “vacinaja.sp.gov.br” para divulgação do PEI – Plano Estadual de Imunização e registro antecipado dos grupos prioritários, com vistas a agilidade na implementação da campanha de vacinação no Estado.

Pesquisa séria, feita por instituição pública de qualidade, dirigida por cientista competente e reconhecido, merecia uma campanha comunicacional igualmente excelente, porque essa é a resposta ao negacionismo promotor da morte: ciência, comunicação e coragem!

*Clotilde Perez: Professora titular de Publicidade e Semiótica da ECA USP ([cloperez@usp.br](mailto:cloperez@usp.br)).*

Por

**Clotilde Perez**

2 ARTIGOS

comunicação

coronavac

governador

joao doria

São Paulo