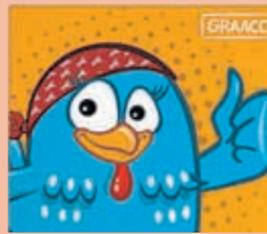
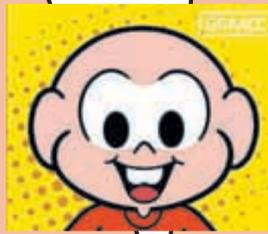




# Carequinhas e solidários



Ídolos da meninada raspam a cabeça para dar apoio às crianças brasileiras vítimas de câncer e mostrar que, mesmo sem cabelos, é possível manter a alegria da infância. Pequenos brasilienses aprovaram a iniciativa

O Grupo de Mídia de Brasília convida para:

## roda de debates

A NOVA ESTRUTURAÇÃO DAS AGÊNCIAS

**Dia 28/11, às 19h30,  
no Auditório do Correio Braziliense**

**Moderador:**  
Camilo Ponce de Leon (Age Isobar)

**Players:**  
Vivianne Amaral (Artplan)  
André Monteiro Fagundes (Giacometti & Associados)  
Wilma Godoy (Leo Burnett)  
Ricardo Assis (Nova S/B)

O evento é aberto a todos os profissionais do mercado mediante inscrição no site:  
[www.diariosassociados.com.br/rodadadedebates](http://www.diariosassociados.com.br/rodadadedebates).  
Evento limitado aos 150 primeiros inscritos.

**ENTRADA FRANCA**

Apoio: Realização:

» CLARA CAMPOLI

**S**em cabelos, sem sobrancelhas, sem cílios e... normais. Esse é o mote da campanha Carequinhas, que teve início em homenagem ao Dia Nacional de Combate ao Câncer Infantil, lembrado no último sábado. A agência Ogilvy, que faz a publicidade do Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer (Graacc), criou a ação para melhorar a autoestima das crianças com câncer, além de acabar com o preconceito que existe em torno dos doentes. Celebridades do mundo da fantasia, como Garfield, personagens do Sítio do Pica-Pau Amarelo e da Turma da Mônica, raspam a cabeça em homenagem aos pequenos.

Nas tirinhas e vídeos criados pelos artistas, as situações e as piadas são as mesmas que seriam feitas se os personagens tivessem cabelo. A ideia é mostrar que, assim como a brincadeira ainda pode acontecer no desenho com os ídolos infantis carecas, as crianças com câncer podem brincar e ter uma infância alegre. No fim de um filme sobre mais um plano infalível para derrotar a vizinha, Cebolinha aparece olhando para Mônica, os dois sem cabelo. "Baixinha, golducha e dentuça. O lesto está pelfeitamente normal. Só está faltando um nó na orelha desse coelhinho escaldado aí", brinca o garoto da língua presa.

Para o diretor de Criação da Ogilvy, Fábio Seidl, mais importante é mostrar para meninos e meninas que se os ídolos deles continuam normais com a cabeça raspada, eles também podem. "A gente conseguiu dar uma injeção de ânimo na molecada. Em pouquíssimas horas de campanha, a perspectiva mudou, as pessoas pararam de achar que está tudo perdido", comemora. Segundo ele, artistas como Maurício de Sousa, Laerte, Adão e Ziraldo, entre outros, não titubearam em ajudar e logo raspam os cabelos — e pelos, como foi o caso de Garfield — dos personagens.

No Hospital da Criança de Brasília, os Carequinhas já são sucesso. A primeira reação de Júlio Cesar Carvalho Ribeiro, 7 anos, ao ver os ídolos da Turma da Mônica sem cabelo, foi de identificação. "Achei legal o que eles fizeram, porque ficaram parecidos comigo", comentou o garoto, que tem leucemia e está em tratamento há dois meses. Para a mãe, a dona de casa Creusimar de Carvalho Ribeiro, 45, a ação veio como uma força para continuar lutando. "O pai de uma paciente me mandou o link em uma rede social. Achei ótimo, incentiva a autoestima porque eles veem que ficaram semelhantes", elogia.

### Pais e filhos

A ação também pretende atingir os pais, segundo Seidl. Ele destaca que o adulto tem uma visão, às vezes, distante da medicina moderna. "A resposta tem sido sensacional, porque a campanha também os ajuda. Vem um personagem, um ídolo, dizendo



**A gente conseguiu dar uma injeção de ânimo na molecada. Em pouquíssimas horas de campanha, a perspectiva mudou, as pessoas pararam de achar que está tudo perdido"**

**Fábio Seidl,**  
diretor de Criação da campanha Os Carequinhas

### Visitas ilustres

O lançamento oficial do evento aconteceu na última quinta-feira, no Hospital do Graacc, em São Paulo. A criançada recebeu visitas de desenhos animados e de bonecos de personagens. Pôsteres com todos os Carequinhas foram espalhados pelos corredores da instituição. O desenhista Maurício de Sousa, criador da Turma da Mônica e um dos artistas envolvidos no projeto, também marcou presença na festa, que foi liderada pela cantora Wanessa Camargo, também apoiadora da ação.

para o paciente que ele tem que continuar sendo criança, tem que vencer a doença. O pai, por ser pai, não teria como dizer isso ao filho, mas o personagem, que é alguém que faz o impossível, é capaz. A criança acredita", explica.

A mãe de Júlio Cesar, Creusimar, conta que o primeiro apoio quando soube da doença do filho veio de outros pais. Ela internou o garoto em um dia que o marido não pôde acompanhá-la, e então os adultos que estavam ali com as crianças a ajudaram a manter o ânimo. "Eu fiquei encantada com esse ambiente, apesar da notícia. Existe uma cumplicidade entre todos, eles me receberam muito bem. Me senti acolhida", lembra.

Para apoiar a criançada, a Galinha Pintadinha tirou as penas da cabeça e cobriu a careca com um lenço vermelho. Fã da personagem, Ellen Beatriz dos Santos Moreira, 3 anos, capricha no visual. Veste boinas coloridas, cheias de laçinhos. Nos olhos da garota, que tem câncer nos rins, sombra cor-de-rosa. Ontem, ela usou um vestido azul, com imagens da turma da galinha. A mãe, Juliana Barbosa dos Santos, 20, fez questão de mostrar à pequena a força que os personagens deram. "Quando eu vi os desenhos, fiquei muito impressionada. Achei que eles estavam com câncer ou leucemia! Depois, entendi e achei uma boa iniciativa para dar apoio às crianças", comenta.

[www.correio braziliense.com.br](http://www.correio braziliense.com.br)



Confira os vídeos da campanha.

