

Sonhos que chegam ao

Campanha Papai Noel dos Correios entra na 35ª edição transformando desejos em realidade. Prazo para adotar uma cartinha vai até 9 de dezembro

DESTINO

» FERNANDA CAVALCANTE*

Divulgação/Ascom/Correios

N a época de Natal, muitas crianças escrevem cartas expressando seus desejos e sonhos, uma prática incentivada por campanhas nas escolas como a do Papai Noel dos Correios.

Comovidos com as cartinhas em letrinhas recém-aprendidas ou transformadas em desenhos coloridos que chegavam até a empresa, os Correios decidiram tirar esses sonhos do papel. Na 35ª edição, a campanha no Distrito Federal vai atender a 11 mil pedidos de matriculados em escolas da rede pública (do 1º ao 5º ano do ensino fundamental, independentemente da idade) e de instituições parceiras, como creches, abrigos e núcleos socioeducativos, além de pedidos feitos por crianças com até 10 anos de idade, em situação de vulnerabilidade social.

A seleção de crianças participantes é realizada por meio de parceria com a Secretaria de Educação (SEEDF), que escolhe as escolas que farão parte do projeto. Os professores, junto com os alunos, auxiliam na elaboração das cartinhas. Uma vez escritas, as mensagens são reunidas em um pacote e enviadas aos Correios para serem adotadas por pessoas dispostas a realizar esses sonhos.

Este ano, a campanha ganhou um novo componente social. O presidente dos Correios, Fabiano Silva, anunciou uma parceria com o Ministério da Justiça para incluir crianças em situações vulneráveis, como aquelas que vivem em abrigos. Essa ampliação visa garantir que mais crianças tenham a oportunidade de receber presentes e ter suas vozes ouvidas durante essa época festiva.

No Distrito Federal, o lançamento ocorreu em 5 de novembro, na Escola Classe Córrego das Corujas, no Sol Nascente.



A Escola Classe Córrego das Corujas, no Sol Nascente, foi a escolhida para o lançamento oficial da campanha no DF

Solidariedade

Há oito anos, Daniele Silva Caetano, 47, moradora de Taguatinga Norte, participa da campanha com colegas de trabalho do Grupo Sabin. Eles dividem o valor dos presentes entre 10 pessoas. Mas, desta vez, ela quis incluir mais 13 pessoas próximas. Juntos, adotaram 50 cartinhas. "É gratificante fazer o bem com aqueles que a gente ama, como meu esposo e meu filho, que estão envolvidos. É uma semente que plantamos para levar alegria ao próximo. Imaginar a felicidade das crianças ao receber os presentes aquece meu coração", diz a assistente administrativa.

Os pedidos da garotada são variados e refletem tanto desejos

simples quanto necessidades básicas. Entre os itens mais comuns estão bicicletas, carrinhos, patinetes e bolas. No entanto, há também aqueles que revelam a realidade difícil enfrentada por muitas crianças. "Apesar de todas as cartinhas serem especiais à sua maneira, a que mais chamou atenção foi a de uma garotinha de 10 anos que pediu de presente um kit de material escolar. Na idade dela, surpreendeu-me não ter escolhido uma boneca e nenhum outro brinquedo e, sim, ter pensando no rendimento escolar, como um investimento para o futuro", conta.

Os organizadores também se emocionam. "Muitas crianças optam por pedir presentes não para si mesmas, mas para irmãos

Kayo Magalhães/CB/DA Press



Edson Borges separa as cartinhas na Casa do Papai Noel, que fica na sede dos Correios

ou familiares. Como uma cesta básica, saúde para quem está doente. Alguns pequenos pedem até momentos com seus pais, sejam aqueles ausentes devido a situações de encarceramento, seja

por motivo de falecimento", conta o superintendente dos Correios em Brasília, Paulo Henrique Soares de Moura.

Ele comemora o impacto da iniciativa que, na avaliação dele,

Como ajudar

Para adotar uma cartinha, basta acessar o Blog da Campanha (blognoel.correios.com.br/blognoel/) e seguir as instruções.

Também é possível encontrar cartinhas físicas em 10 pontos de adoção espalhados pela cidade:

- » Casa do Papai Noel (SBN - Ed. Sede dos Correios);
- » Ed. Pasteur (712/912 Sul);
- » Agência Central (SBN);
- » Agência 508 Norte;
- » Agência 212/412 Sul;
- » Agência Sudoeste;
- » Agência Guará 1;
- » Agência Taguatinga Centro;
- » Agência Brasília Shopping;
- » Agência Águas Claras Shopping.

A entrega de presentes deverá ser feita presencialmente, em qualquer um dos pontos de adoção das cartas físicas.

As madrinhas e os padrinhos têm até o dia 9 de dezembro para adotar e entregar os presentes.

tem sido significativo. "O número de cartas recebidas cresce a cada ano, refletindo não apenas o aumento no número de crianças cadastradas no sistema, mas também o engajamento da sociedade em geral em fazer a diferença na vida dessas crianças", completa.

No ano passado, foram adotadas 270 mil cartinhas, sendo 210 mil por pessoas físicas e 60 mil por meio de doações de 200 empresas e órgãos públicos em todo o Brasil. Somente no DF, foram mais de 96 mil cartas. Foi um marco porque, pela primeira vez, todas as cartinhas foram atendidas, de acordo com os Correios.

* Estagiária sob a supervisão de Malcia Afonso

» Podcast do Correio | RENATA BARBOSA | GERENTE DE PLANEJAMENTO E GESTÃO DA BRASAL REFRIGERANTES

No bate-papo com as jornalistas Sibeles Negromonte e Mariana Niederauer, a gestora destacou os avanços promovidos pela empresa e falou sobre os projetos voltados ao meio ambiente, como o Vem com a Gente, que recolhe garrafas PET em escolas

Liderança e sustentabilidade

» CARLOS SILVA

O empreendedorismo do Distrito Federal foi tema do Podcast do Correio de ontem. Em conversa com as jornalistas Sibeles Negromonte e Mariana Niederauer, a convidada Renata Barbosa, gerente de planejamento e gestão da Brasal Refrigerantes, destacou os avanços promovidos pela empresa. Ela também compartilhou sua experiência à frente de projetos estratégicos e abordou o impacto das ações sociais realizadas no Distrito Federal.

Renata ressaltou o papel das mulheres na liderança como agentes de transformação dentro e fora da organização e o diferencial disso para os resultados obtidos. "Vi espaço para crescer. Eu me esforcei e deu resultado. Um exemplo que me inspira é a minha ex-gerente, que ficou no

cargo por 36 anos, deixou um importante legado e, hoje, é presidente do Instituto +Brasal", disse.

Ela relembrou um pouco da própria trajetória e os desafios de investir no empreendedorismo numa cidade marcada pela própria trajetória e os desafios de investir no empreendedorismo no setor público. "Comecei como estagiária de qualidade de vida, em 2004. Percebemos que Brasília ainda tem um foco muito político. Eu mesma tive muita pressão da família para fazer concurso. Os destaques obtidos pelas empresas não aparecem tanto", avaliou.

Além disso, a gerente celebrou o recente reconhecimento no cenário internacional. A empresa conquistou o primeiro lugar na categoria Ouro do Prêmio Ibero-Americano de Qualidade, concedido pela Fundação Ibero-Americana para a Gestão da Qualidade (Fundibeq). "Fomos

Ana Dubeux Dubex/CB



Renata Barbosa (E) com Sibeles Negromonte (C) e Mariana Niederauer



Vi espaço para crescer. Eu me esforcei e deu resultado. Um exemplo que me inspira é a minha ex-gerente, que ficou no cargo por 36 anos, deixou um importante legado e, hoje, é presidente do Instituto +Brasal"

a única organização brasileira presente na cerimônia. Foi uma grande felicidade, porque demonstra que Brasília se destaca também pelo empreendedorismo", comentou.

A cerimônia de premiação aconteceu em Cuenca, no Equador, e contou com a presença de personalidades como o rei da Espanha, os presidentes do Equador e de Portugal.

Desempenho

A entrevistada também enfatizou os projetos sociais da Brasal voltados à sustentabilidade e à conscientização ambiental no DF. Uma das principais ações promovidas pela empresa é o Vem com a Gente, focado no



Aponte a câmera do celular e assista ao podcast

recolhimento de garrafas PET em escolas públicas e privadas, para reciclagem. A iniciativa ocorre num formato de gincana, na qual as instituições que mais recolherem os produtos recebem premiações em dinheiro, convertidas em investimentos de infraestrutura nas unidades de ensino.

"Este ano, coletamos 50 toneladas de garrafas PET, em seis meses de campanha. Quando começamos, em 2017, recolhemos 4 toneladas. Estamos fechando com chave de ouro. O plástico é um dos maiores desafios ambientais da atualidade. A Coca-Cola, assim como a Brasal, tem o compromisso de construir um mundo sem plástico até 2030", assinalou a convidada.