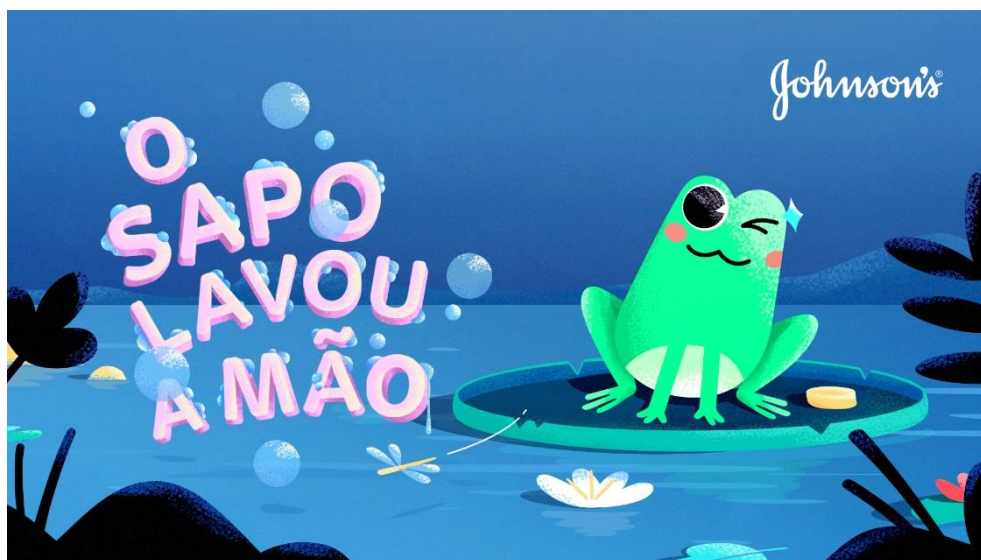


## JOHNSON'S® reinventa canção popular para ensinar crianças a lavar as mãos

*Campanha terá conteúdo educacional e doação de sabonetes para milhares de crianças e famílias ligadas a projetos do UNICEF no Brasil*

Link para o vídeo no YouTube: <https://bit.ly/34dlf8p>



**São Paulo, 06 de abril de 2020** – JOHNSON'S® convidou um antigo conhecido das crianças para ensiná-las a lavar as mãos direitinho e se proteger de doenças. O famoso sapo que não lavava o pé aprendeu a lavar as mãos e agora vai passar suas dicas para a frente.

A campanha é a segunda parte do movimento #PurezaQueInspiraOBem, que em 2019, no Dia das Mães, engajou pais e cuidadores em uma ação que angariou mais de R\$ 1 milhão para ONGs de cuidado e proteção infantil.

Durante o movimento #PurezaQueInspiraOBem, o desafio agora é que cada criança lave as mãos cantando a música duas vezes, seguindo a letra: "O sapo lavou a mão, com água e muito sabão, criança com a mão limpinha não vai pegar bichinho não, Bichinho não". A nova melodia vai ensinar os movimentos adequados para higienizar as mãos no tempo suficiente para completar a limpeza: lavam-se palmas, costas das mãos, unhas, dedinhos e punhos. A música ficará disponível nas redes sociais da marca e em canais de streaming como YouTube e Spotify pelo perfil JOHNSON'S®, além de rádios de todo o país.

A campanha também vai doar sabonetes JOHNSON'S® para que o Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) os destine a milhares de crianças e famílias em situação de vulnerabilidade. Com apoio de organizações locais, serão distribuídos sabonetes a famílias vulneráveis em favelas e periferias de Fortaleza, Rio de Janeiro e São Paulo. A doação acontecerá nos meses de abril e maio.

"A missão de JOHNSON'S® é criar um mundo em que todas as crianças possam se desenvolver e prosperar. Com uma nova realidade se impondo, decidimos antecipar a campanha e adotar um viés educativo para enfatizar que a higiene e o cuidado nesse momento são muito importantes", declara Ana Paula Fischer, grouper de Marketing da Johnson & Johnson Consumer Health Brasil.

As ações educativas vão até o Dia das Mães, com a participação de influenciadores digitais como Flávia Calina e Marcos Piangers, que farão uma corrente de conscientização nas redes sociais. [O canal no YouTube Meu Bebê](#), de JOHNSON'S®, também terá conteúdo educativo exclusivo.

Esta segunda fase tem a criação da agência R/GA. “Para nós é um privilégio enorme e um orgulho poder ajudar na volta do movimento #PurezaQueInspiraO Bem, que neste ano tornou-se mais importante ainda e especial” afirma o vice-presidente da R/GA, Marcio Oliveira.

## Ficha técnica – Movimento Pureza que inspira o bem

**Título:** Movimento Pureza que Inspira o Bem \_ Educacional Coronavirus

**Produto:** Institucional

**Anunciante:** Johnson & Johnson Consumer Health Brasil

**Agência:** R/GA São Paulo

**Managing Director:** Fabiano Coura.

**VP, Diretor Executivo de Criação:** Saulo Rodrigues.

**Diretor de Criação:** Rafael Freire, Bruno Ponzini.

**Diretoras de Criação Associadas:** Talita Cardozo, Nayara Lima.

**Criação:** Babi Puttini, Wander Tosta.

**VP, Executive Director Business Development:** Marcio Oliveira.

**Atendimento:** Stefanie Giannini, Larissa Bertin.

**Produção Executiva:** Flaviz Guerra.

**Produção:** Fernando Fogaça

**Planejamento:** Giacomo Groff, Karina Corchs, Renato Leal, Renata Stocco.

**Content Studio:** Leonardo de Jesus, Caroline Bonani, Bruno Souza, Sergio Lima e Marina Valeriano.

**Motion Design:** Chicoh, Rafael Moreira, Caio Amaral, Alberto Galloni, Dayse Teodoro e Gustavo Tadini.

**Mídia:** Viviana Maurman, Kelly Nascimento, Nathalia Rodrigues, Matheus Marques e Daniel Ribas.

**Cliente:** Ana Paula Fischer, Flavia Marchese, André Bueno.

**Produtora de som filme TV:** Loud

**Produção:** Equipe Loud

**Atendimento:** Priscila Miranda.

## Sobre a Johnson & Johnson Consumer Health

Na Johnson & Johnson Consumer Health, nós ajudamos mais de 1 bilhão de pessoas a terem vidas mais saudáveis, todos os dias, desde os primeiros dias de suas vidas. Por mais de 130 anos no mundo e 86 anos no Brasil, nossas inovações estão presentes no preparo do banho dos bebês, aliviando dores, protegendo a pele da radiação solar e dos machucados. Nosso portfólio de grandes marcas, que inclui NEUTROGENA®, NEOSTRATA®, SUNDOWN®, LISTERINE®, OGX®, JOHNSON'S®, SEMPRE LIVRE® e TYLENOL®, combina o poder da ciência com significativos insights humanos, para ajudar as pessoas a cuidarem de si mesmas e daqueles que mais amam.

## Sobre o UNICEF

O Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) trabalha em alguns dos lugares mais difíceis do planeta, para alcançar as crianças mais desfavorecidas do mundo. Em 190 países e territórios, o UNICEF trabalha para cada criança, em todos os lugares, para construir um mundo melhor para todos.

Acompanhe nossas ações no [Site](#), [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#), [YouTube](#) e [LinkedIn](#).

[Você também pode ajudar o UNICEF em suas ações. Faça uma doação agora.](#)

**Imprensa Johnson & Johnson Consumer Health**

- Cristina Raducu [cristina.raducu@fleishman.com.br](mailto:cristina.raducu@fleishman.com.br)
- Caroline Sanches [caroline.sanches@fleishman.com.br](mailto:caroline.sanches@fleishman.com.br)  
(11) 3185-9940

**Comunicação UNICEF no Brasil**

- Elisa Meirelles Reis, (61) 98166 1649, [ereis@unicef.org](mailto:ereis@unicef.org)
- Ester Correa Coelho, [escorrea@unicef.org](mailto:escorrea@unicef.org)