

## RESUMO - RELATO DE EXPERIÊNCIA EM SAÚDE COLETIVA

### DE OLHOS NOS OLHINHOS: CAMPANHA NACIONAL DE PROMOÇÃO A SAÚDE OCULAR INFANTIL

*Richam Hajar (richamhajar@gmail.com)*

*Julia Rezzo (t@gmail.com)*

*Kaio Miguel Schultz Sotele. (e@gmail.com)*

*Renato Matheus (re@gmail.com)*

*Júlia Carolina Resnauer (ewq@gmial.com)*

*Elizabeth França (toto@gmail.com)*

*Lucas Slivak Petroski (wss@gmail.com)*

*Miguel Simões Lopes (ewqqqq@gmail.com)*

*Luiz Antunes (535@gmail.com)*

*E (eee@gmail.com)*

**INTRODUÇÃO:** O projeto “De Olhos nos Olhinhos” é uma ação voltada à promoção da saúde ocular infantil, realizada com a participação de acadêmicos de medicina. A iniciativa proporcionou aos estudantes a oportunidade de vivenciar a prática médica fora do ambiente hospitalar, promovendo a integração com a comunidade e o desenvolvimento de habilidades clínicas e humanísticas. **OBJETIVOS:** Relatar a experiência vivenciada por acadêmicos de medicina durante a ação “De Olhos nos Olhinhos”. **METODOLOGIA:** Trata-se de um relato de experiência da participação de acadêmicos de medicina na

ação “De Olhos nos Olhinhos”, realizada em 13 de setembro de 2025, nas cidades de Curitiba e Fazenda Rio Grande (PR). A intervenção combinou distribuição de materiais informativos com recursos atrativos para crianças, abordagem direta ao público e divulgação digital. As percepções descritas basearam-se nas observações dos participantes, sem coleta de dados identificáveis, caracterizando o estudo como descritivo e extensionista.

**DISCUSSÃO:** A realização da intervenção teve como base a divulgação de informações sobre o retinoblastoma. Profissionais de saúde e estudantes de medicina participaram ativamente da entrega de panfletos e materiais como livros de colorir, balões e adesivos ao público presente no Shopping Jardim das Américas, em Curitiba, e no mercado Condor, em Fazenda Rio Grande, ao longo do dia 13 de setembro de 2025. O uso de elementos lúdicos mostrou-se eficaz para atrair o público infantil, facilitando também o diálogo com responsáveis e demais interessados. Durante a abordagem, os estudantes explicaram os objetivos do projeto e forneceram orientações sobre o retinoblastoma de maneira clara e acessível. Além das atividades presenciais, houve ampla divulgação digital com o objetivo de ampliar o alcance da informação. A atuação no local incluiu captação passiva, atraindo pessoas pelos recursos visuais, e busca ativa, voltada principalmente a adultos acompanhados de crianças pequenas. Nessas abordagens, os acadêmicos apresentaram os materiais teóricos do projeto, esclarecendo dúvidas e ressaltando a importância do diagnóstico precoce da doença.

**CONCLUSÃO:** A ação “De Olhos nos Olhinhos”, uma campanha de alcance nacional, revelou-se uma experiência enriquecedora para os acadêmicos de medicina e para a comunidade. Ao aliar informação técnica a abordagens lúdicas e acessíveis, os estudantes promoveram a conscientização sobre o retinoblastoma de forma eficaz e sensível, especialmente junto ao público infantil e seus responsáveis. A vivência prática fora do ambiente hospitalar possibilitou o desenvolvimento de habilidades comunicativas, empatia e maior compreensão do papel social do médico. A combinação de estratégias presenciais e digitais foi essencial para ampliar o impacto da campanha. Iniciativas como essa reforçam a importância da extensão universitária na formação médica, contribuindo para a construção de profissionais mais preparados, humanos e comprometidos com a saúde pública.

Palavras-chave: retinoblastoma; promoção da saúde; extensão universitária.