



**Em sua 4ª edição, Campanha De Olho nos Olhinhos terá 2 frentes: conscientização e dias especiais de atendimento, com 90 eventos pelo Brasil**

*Ação ocorre a partir de 12 de setembro em redes sociais, televisão, cinemas, rádios, hospitais, praças, parques, shoppings, óticas, farmácias, embalagens de fraldas, ônibus envelopados, telas de edifícios residenciais e comerciais, aeroportos, abrigos de ônibus e metrô; campanha terá apoio da International Society of Ocular Oncology (ISOO) e da Childhood Cancer International (CCI).*



*Daiana Garbin e Tiago Leifert, idealizadores e fundadores da Campanha De Olho nos Olhinhos. Foto: Danilo Borges*

**São Paulo, 08 de setembro de 2025:** A campanha que começou em um pequeno evento no Parque do Ibirapuera, há três anos, cresceu e impactou mais de **150 milhões** de brasileiros no ano passado. Inicialmente, o que foi idealizado para ser uma ação de conscientização em um dia de setembro, agora se tornou um trabalho diário de uma [ONG](#) que ajuda famílias por todo o Brasil.

Tudo começou com um chocante diagnóstico que mudou para sempre a vida de Daiana, Tiago e Lua Leifert. Aos 11 meses, a pequena Lua iniciou o tratamento contra o RETINOBLASTOMA, câncer ocular que atinge crianças de 0 a 5 anos. A família demorou demais para procurar ajuda por pura falta de informação, como conta Daiana: “Nós nunca tínhamos ouvido falar da doença e nunca passou pela nossa cabeça que aqueles sinais que víamos eram importantes”.

Quem percebeu algo errado foi o pai, Tiago, que relembra: “Eu via um reflexo branco no olho da Lua, mas só eu conseguia ver, ninguém reparava. Ela também estava estrábica, mas todo mundo me dizia que era normal em bebês. Até que um dia os olhinhos fizeram um movimento muito irregular e foi quando resolvemos ir atrás de ajuda”.

A doença de Lua já estava avançada e começou uma longa luta. “Ainda no início da nossa jornada na oncologia pediátrica, Tiago e eu decidimos revelar o diagnóstico publicamente para compartilhar com outras famílias as informações que nós gostaríamos de ter tido, para que elas conseguissem chegar ao diagnóstico antes do que nós conseguimos”, conta Daiana. “A todo momento, em algum lugar do Brasil, tem uma criança com um retinoblastoma não-diagnosticado, escondido lá dentro do olho. Nossa missão de vida é encontrá-lo e fazer com que essa criança vença”, diz Tiago.

Para realizar o sonho de zerar óbitos de retinoblastoma no Brasil e conseguir melhorar o tempo de diagnóstico, o casal idealizou a campanha **DE OLHO NOS OLHINHOS** que neste ano terá duas frentes: ***conscientização da população e dias especiais de atendimento, com 90 eventos em todos os estados do Brasil.***

### **Campanha de conscientização**

Na parte de conscientização a campanha estará em *praças, parques, shoppings, óticas, farmácias, embalagens de fraldas, ônibus envelopados, rádios, telas de edifícios residenciais e comerciais, aeroportos, abrigos de ônibus e metrô*. Tiago, Daiana e o mascote Flash vão se transformar em desenho animado em novo vídeo de 30 segundos, criado pela agência Ogilvy e produzido pela Sailor e Jamute, que será veiculado nas redes sociais, televisão e nos cinemas.

**Mais de mil médicos, alunos de medicina, profissionais da saúde e voluntários por todo o Brasil estão organizando eventos regionais para conscientizar sobre a importância da saúde ocular na infância e explicar como identificar o retinoblastoma.** Serão 53 eventos pelo Brasil que acontecerão no dia 13 setembro em parques, praças e shoppings. Os eventos de conscientização contarão com totens, personagens, explicações sobre o retinoblastoma, distribuição de cartilhas e brindes para as crianças. "Nossa campanha de conscientização tem ajudado mães, pais e responsáveis pelas crianças a identificar os primeiros sinais de retinoblastoma e correr contra o tempo para começar os tratamentos", explicam os coordenadores médicos da campanha Dr. Luiz Fernando Teixeira e Dra. Carla Macedo.

### **Dias especiais de atendimento**

O lançamento da campanha será no dia 12 de setembro. Tiago e Daiana estarão presentes no GRAACC e em seguida na UNIFESP. O Departamento de Oftalmologia e Ciências Visuais da UNIFESP realizará, pelo terceiro ano consecutivo, um dia especial de atendimento às crianças. Com o imenso apoio do Conselho Brasileiro de Oftalmologia (CBO), outros 37 hospitais e entidades pelo Brasil decidiram aderir à campanha. "Em diversos estados, teremos atendimento para crianças que já têm diagnóstico de doença oftalmológica e aguardam exames, cirurgias ou óculos", explica a Presidente do CBO, Dra. Wilma Lelis Barboza.

### **Apoio da comunidade médica**

O diálogo com a comunidade médica é uma enorme preocupação da campanha. As maiores entidades médicas do país apoiam a **DE OLHO NOS OLHINHOS**: Conselho Federal de Medicina (CFM), Associação Médica Brasileira (AMB), Conselho Brasileiro de Oftalmologia

(CBO), Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP), Sociedade Brasileira de Oncologia Pediátrica (SOBOPE), Sociedade Brasileira de Oncologia em Oftalmologia (SBOO) e Sociedade Brasileira de Oftalmologia Pediátrica (SBOP). Também são apoiadores o Departamento de Oftalmologia e Ciências Visuais da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), o Hospital do GRAACC, St. Jude Children's Research Hospital, Aliança Amarte, CONIACC - Confederação Nacional de Instituições de Apoio e Assistência à Criança e ao Adolescente com Câncer, a Associação Brasileira das Ligas Acadêmicas de Oftalmologia (ABLAO) e Associação Acadêmica de Pediatria (AAP). Neste ano a campanha recebeu apoio internacional com o suporte da International Society of Ocular Oncology (ISOO), da Sociedade Latino-Americana de Oncologia Pediátrica (SLAOP) e da Childhood Cancer International (CCI).

### **Marcas**

Com o apoio da **Johnson & Johnson**, parceira desde o ano passado, a campanha está maior e muito forte nas mídias, telas, lojas e shoppings. A **Eletromidia**, líder em mídia OOH no Brasil, disponibilizará telas em edifícios residenciais e comerciais, aeroportos, metrô e abrigos de ônibus. "Estamos felizes em mais um ano fazer parte dessa iniciativa tão importante. Com nossos ativos digitais, temos capacidade de ampliar a visibilidade da campanha, somando forças, levando informação e serviço que podem salvar vidas", afirma Alexandre Guerrero, CEO da Eletromidia.

A **RD Saúde** está novamente apoiando a campanha com espaço de mídia nas telas das mais de 3.300 farmácias em todo o Brasil. "É uma honra para nós apoiar a campanha De Olho nos Olhinhos pelo segundo ano consecutivo. Ver essa iniciativa crescer e alcançar cada vez mais famílias reforça nosso compromisso em contribuir para uma sociedade mais saudável e promover informação de saúde", diz Daniel Campos, Diretor Executivo de Marketing e Clientes.

A **ALLOS**, que apoia a campanha há três anos, mobilizou a causa com eventos em shoppings pelo país e ampla divulgação digital nos sites, redes sociais dos shoppings da ALLOS e nas centenas de totens digitais e telões da **Helloo** - empresa de mídia exterior do grupo - em todo o país, a fim de despertar a atenção e ampliar o alcance da causa. "O nosso compromisso é mostrar que os shoppings da ALLOS são verdadeiros canais de comunicação

com a sociedade. Com campanhas como essa, conseguimos levar aos nossos clientes oportunidades de mais acesso à informação e conscientização, nesse caso, sobre a saúde ocular infantil”, afirma Ana Paula Niemeyer, diretora de Marketing da ALLOS.

Por meio do Diniz Social, as **Óticas Diniz** também se unem a De Olho nos Olhinhos para conscientizar famílias sobre o retinoblastoma e a importância do acompanhamento oftalmológico infantil. Desde 2016, o Diniz Social já beneficiou mais de 100 mil crianças, sendo 40 mil com óculos completos. Na rede, a campanha contará com treinamentos internos, materiais impressos, conteúdos digitais e postagens nas redes sociais, e o engajamento de todas as lojas, que será fundamental para ampliar o alcance dessa causa que transforma vidas.

A **Ótica Miguel Giannini**, que é parceira da campanha há 2 anos, fará a doação de óculos para as crianças atendidas no dia especial na UNIFESP. Nos outros 37 locais de atendimentos por todo o Brasil, a **OneSight EssilorLuxottica Foundation** está apoiando a iniciativa com a doação de armações e lentes de correção, a fim de contribuir para a ampliação do acesso à saúde visual a todas as crianças que precisarem.

A Campanha também conta com o apoio das **Óticas Carol**, por meio do projeto Pequenos Olhares, que democratiza o acesso à saúde visual. Materiais de divulgação sobre o retinoblastoma estarão em mais 1.400 lojas das Óticas Carol espalhadas pelo Brasil, e da GrandVision by Fototica, especialista em cuidado com a saúde visual.

A **Biolab** se une à campanha De Olho nos Olhinhos para ampliar a conscientização. “A indústria farmacêutica tem um papel essencial na promoção da saúde, que vai além do desenvolvimento de medicamentos. Fazer parte de uma ação como esta, reforça o nosso compromisso com a educação e prevenção.”, afirma Tati Marques, Diretora de Comunicação Corporativa e Sustentabilidade da Biolab. A ação levará informação qualificada a mais de 13 mil pediatras em todo o Brasil, por meio da distribuição de cartilhas com os principais sinais e sintomas da doença.

De Olho nos Olhinhos também está em embalagens de fraldas. Em uma parceria com a **Drylock Brasil**, fabricante das marcas Bummi, Capricho, São João e Needs Baby, já são mais de 6 milhões de embalagens de fraldas com informações sobre o retinoblastoma.

Com o apoio da **Itabus** a campanha estará nas mídias em movimento, nos ônibus envelopados e mais algumas novidades. Com 22 anos de atuação, a Itabus se consolidou transformando veículos em plataformas de comunicação de grande impacto urbano. Christiano Barros, CEO da Itabus, reforça esse compromisso: “É uma honra estarmos novamente conscientizando e apoiando uma causa tão necessária junto à campanha De Olho nos Olhinhos, pelo terceiro ano consecutivo. Nosso papel vai além da mídia: acreditamos que, quando somamos forças, conseguimos dar ainda mais visibilidade às mensagens que precisam ser vistas e ouvidas. Este ano queremos ir além do ônibus envelopado: nosso objetivo é impulsionar essa campanha para fora do Rio de Janeiro e levar sua mensagem ainda mais longe. Vem novidade por aí.”

A criação, produção e assessoria de comunicação da campanha é um trabalho voluntário das agências: **Ogilvy, 828, Sailor, Pridea, Boxnet e Jamute**. Além disso, o **Grupo Radioweb** também é um parceiro divulgando a campanha para mais de 2 mil rádios do país.

#### **Atividades até o dia 12 de outubro**

A Campanha segue até 12 de outubro com eventos em todo o Brasil e ações como o lançamento do aplicativo Meu GRAACC, em uma parceria com a **Vockan**. O aplicativo foi desenvolvido pela empresa de tecnologia e entre as principais funcionalidades estão: agendamento de consultas e procedimentos, acesso a orientações sobre exames: preparo e cuidados antes da sua realização, como o tempo de jejum necessário para realizar o líquido; visualização de resultados de exames, agendamento de consultas. Inicialmente, o uso será destinado para os pacientes em tratamento de retinoblastoma e, posteriormente, será ampliado, gradualmente, para todos os atendidos do hospital. “Entendemos as necessidades de médicos e pacientes e desenvolvemos um aplicativo exclusivo e customizado para o GRAACC. Também queremos mostrar que empresas podem contribuir para boas causas a partir de seus saberes”, aponta Fabrício Oliveira, CEO da Vockan.

Além disso, um dos maiores festivais infantis do Brasil vai receber a campanha De Olho nos Olhinhos nos dias 3, 4 e 5 de outubro. O **Kidz House Festival**, em São Paulo, terá um stand da campanha com informações, médicos voluntários para orientar os pais e atividades lúdicas para as crianças. Daiana e Tiago Leifert estarão presentes no sábado às 15h.

### **Sobre o retinoblastoma**

O retinoblastoma é o câncer ocular mais comum entre crianças de 0 a 5 anos. É um tumor maligno que se desenvolve na retina, a parte interna dos olhos. A doença pode se apresentar em um olho, o chamado **retinoblastoma unilateral**, ou nos dois olhos, **retinoblastoma bilateral**. Os sintomas mais comuns do retinoblastoma são a leucocoria, ou “olho de gato”, em que a pupila pode apresentar uma área branca e opaca no contato com o reflexo da luz, sendo visível em fotos tiradas com flash. Tremor nos olhos e alteração na posição dos olhos, como o desvio ocular (estrabismo) também são sinais que costumam aparecer. Em todos esses casos, a recomendação dos médicos é que a criança seja levada ao oftalmologista para a realização de exames completos. A realização do Teste do Reflexo Vermelho (TRV), conhecido como o teste do olhinho, e as consultas oftalmológicas frequentes na primeira infância podem ajudar no diagnóstico da doença precocemente. O Sistema Único de Saúde (SUS) oferece tratamento e acompanhamento dos casos de retinoblastoma, de forma integral e gratuita.

Apesar do grande alcance da campanha em 2024, Tiago e Daiana querem ir mais longe, uma vez que casos avançados seguem aparecendo nos centros de referência. No Hospital do GRAACC, referência no tratamento da doença, cerca de 12 a 15% dos novos casos de retinoblastoma ainda chegam muito graves, são extraoculares, ou seja, escaparam de dentro do olho. "Quando diagnosticado precocemente, e tratado em centros de referência, a chance de cura é de 90%, mas a grande preocupação é quando demoramos muito para detectar e esse tumor sai do olho, surgindo as metástases, que colocam em risco a vida desta criança. Quanto mais cedo identificar a doença, maior é a chance de cura", alerta a Dra. Carla Macedo, oncologista pediátrica do GRAACC.

**Serviço:**

**Site da campanha:** [www.deolhonosolhinhos.org](http://www.deolhonosolhinhos.org)

- **12 de setembro:** lançamento da campanha no Graacc com presença do casal; e dia especial de atendimento de crianças na Unifesp.
- **13 de setembro:** Campanha no shopping Plaza Sul com presença da jornalista Daiana Garbin.
- **A partir de 13 de setembro:** Mobilização nacional - Campanha De Olho nos Olhinhos 2025. Mais de 80 eventos pelo Brasil.
- **3, 4 e 5 de outubro.** O Kidz House Festival, em São Paulo, terá um stand da campanha com informações, médicos voluntários para orientar os pais e atividades lúdicas para as crianças. Daiana e Tiago Leifert estarão presentes no sábado às 15h.

Em caso de suspeitas de retinoblastoma, entre em contato por e-mail:

[ajuda@deolhonosolhinhos.org](mailto:ajuda@deolhonosolhinhos.org)

**Assessoria de imprensa:**

**Gabriella Moura** - [gabriellamoura@pridea.com.br](mailto:gabriellamoura@pridea.com.br) / 11 95346-5366

**Juliana Gattone** - [julianagattone@pridea.com.br](mailto:julianagattone@pridea.com.br) / 11 11 99484-9449