

início da campanha, na qual foram postadas no instagram e presencialmente ocorreu a distribuição de panfletos informativos pelo campus, com sensibilização direta da comunidade acadêmica ao longo da semana. **Resultados:** Foram realizadas mais de 80 tipagens sanguíneas, com participação de aproximadamente 160 pessoas dentre elas estudantes do ensino médio, graduandos, docentes e servidores técnicos com idade acima de 18 anos e no segundo momento na campanha física houve a entrega 116 panfletos e no ambiente online foram realizadas 2 postagens no feed o qual obtiveram uma média de 41,5 curtidas e 2.666,5 visualizações e de 5 stories que contaram com uma média de 1.244 visualizações. **Discussão e conclusão:** Constatou-se o bom recebimento das estratégias pelo meio universitário e o alcance satisfatório de seus objetivos na manutenção da doação de sangue, disseminando informações confiáveis e provocando reflexões sobre sua importância no cotidiano.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2025.105958>

ID – 918

CORRIDA DE RUA “RUN FOR LIFE”: O ESPORTE COMO ESTRATÉGIA DE CAPTAÇÃO DE DOADORES DE SANGUE

MA Bueno de Moraes, KC Borges, RA Santos, M Addas-Carvalho

Hemocentro UNICAMP, Campinas, SP, Brasil

Introdução: A Run For Life, realizada em junho de 2025 no campus da Unicamp em Barão Geraldo, Campinas, marcou a abertura da campanha Junho Vermelho, com o objetivo de unir esporte e solidariedade, utilizando o autocuidado como forma de incentivo à doação de sangue. O slogan criado para a campanha foi “Eu me cuido para doar”. O evento contemplou corrida e caminhada em um percurso de 6 km e reuniu a comunidade acadêmica, atletas e moradores locais. **Objetivos:** O objetivo da iniciativa foi estimular a conscientização e a captação de novos doadores de sangue, além de promover a fidelização daqueles que já participam desse ato solidário. Buscou-se também mobilizar a comunidade em prol de causas sociais, por meio da venda de kits cuja renda foi revertida na aquisição de itens essenciais para pessoas em situação de rua. Além disso, a ação visou integrar o esporte e práticas saudáveis como ferramentas de engajamento social. **Material e métodos:** A corrida foi realizada em junho de 2025, na Unicamp, em Barão Geraldo – Campinas/SP. As inscrições foram feitas por meio de um website, e a retirada do kit-atleta foi realizada em dois dias. A coleta de dados incluiu o levantamento do número de inscritos, cadastros para doação de sangue efetuados durante a retirada dos kits e um relatório de arrecadação social com base na venda dos kits. A divulgação foi feita exclusivamente por meios digitais, como site, redes sociais e aplicativos de troca de mensagens. A organização da corrida ficou a cargo de uma empresa parceira externa,

com apoio de outras empresas em todas as frentes de trabalho, não gerando custos para o Hemocentro. **Resultados:** O evento contou com cerca de 3.000 participantes, entre corrida e caminhada. Durante os dias de retirada dos kits, foram realizados 298 cadastros para doação de sangue, sendo esse o segundo maior número de candidatos à doação registrado em um único dia desde 2020 – com destaque para os 202 cadastros efetuados em 7 de junho. Após a realização da corrida, outros 45 inscritos retornaram, ao longo do mês, a alguma das unidades de coleta para efetivar sua doação de sangue. Toda a renda obtida com as inscrições foi revertida em ações sociais, resultando na compra de 1.640 cobertores para pessoas em situação de rua e 500 ovos de Páscoa destinados a crianças em abrigos da cidade de Campinas. Além disso, as camisetas da corrida passaram a ser vistas com frequência em locais de prática esportiva, como academias e parques públicos, tornando-se um exemplo de mídia espontânea e merchandising para a doação de sangue. **Discussão e conclusão** **Discussão:** Os resultados mostram significativa adesão da comunidade, com 3.000 participantes, o que supera as expectativas de engajamento inicial, prevista para 500 inscritos. A mobilização resultou em cadastros de doadores de 1ª vez e de repetição, com potencial para crescimento se estratégias forem reforçadas, como inclusão da corrida no calendário anual da cidade de Campinas. A correlação entre atividade física e conscientização foi bem-sucedida, já que o evento também gerou impacto social direto por meio da arrecadação e do incentivo à doação. **Conclusão:** A primeira edição da Run For Life destacou-se como uma estratégia eficaz de campanha: mobilizou a comunidade da universidade e externa, promoveu saúde e solidariedade, e contribuiu para a captação de futuros doadores de sangue.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2025.105959>

ID – 1271

DOADORES DO FUTURO: CONSCIENTIZAÇÃO DE ALUNOS DO ENSINO FUNDAMENTAL II DE ESCOLAS PÚBLICAS DO MUNICÍPIO DE UBERABA-MG

BM Teixeira, GB do Prado, APM Herval, LP Ramalho, LA Paschoareli, BS Dezem, MTCL Abreu

Universidade de Uberaba, Uberaba, MG, Brasil

Introdução: A doação de sangue é um ato solidário, essencial à vida e dependente da solidariedade da população para evitar a escassez. A escola, como espaço de formação integral, cumpre um papel importante ao incentivar valores como empatia e responsabilidade social. O projeto de extensão “Amizade Compatível – uma doação para a vida” visa sensibilizar a comunidade sobre a relevância desse gesto solidário. **Objetivos:** Avaliar o conhecimento de alunos do ensino fundamental sobre o tema doação de sangue após ação de