

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ENFERMAGEM
BACHARELADO EM SAÚDE COLETIVA**

NATHALIA LEAL MOREIRA

**ESTRATÉGIAS PARA PROMOÇÃO DA DOAÇÃO DE SANGUE NO BRASIL:
UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA**

**PORTO ALEGRE – RS
2016**

NATHALIA LEAL MOREIRA

**ESTRATÉGIAS PARA PROMOÇÃO DA DOAÇÃO DE SANGUE NO BRASIL:
UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Saúde Coletiva pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Lisiane Bôer Possa

**PORTO ALEGRE – RS
2016**

NATHALIA LEAL MOREIRA

**ESTRATÉGIAS PARA PROMOÇÃO DA DOAÇÃO DE SANGUE NO BRASIL:
UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito parcial para obtenção do título
de Bacharel em Saúde Coletiva pela
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Porto Alegre, _____ de janeiro de 2017.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Lisiane Bôer Possa
Orientadora

Profa. Dra. Luciana Barcellos Teixeira
Avaliadora

RESUMO

Este trabalho apresenta o resultado de uma revisão sistemática dos estudos que abordam a doação de sangue no Brasil. O processo de doação de sangue compreende inúmeras etapas, sendo a captação de doadores fundamental para garantir a oferta de hemocomponentes necessários à população. O objetivo desta pesquisa foi analisar os estudos que tem como tema a sensibilização das pessoas para a doação de sangue e os fatores que motivam a doação. A revisão sistemática da literatura nacional foi realizada na base de dados Biblioteca Virtual em Saúde (BVS) – Brasil, através do descritor “doadores de sangue”. Foram buscados artigos que abordavam o descritor como assunto, publicados nos anos de 2010 a 2016, em língua portuguesa e com texto completo disponível. A busca realizada na base de dados, em outubro de 2016, encontrou 95 artigos. Para análise, foram selecionados nove artigos que responderam a pergunta norteadora deste estudo. As estratégias e dispositivos mapeados para a promoção da doação de sangue foram: campanhas, estratégias educativas, incentivo ao altruísmo e acolhimento. Já os fatores que influenciam a doação de sangue foram identificados como: interesses pessoais, altruísmo, necessidade da doação, medo, influência de familiares e amigos, acesso e processo de doação sanguínea. Conclui-se que a oferta adequada de hemocomponentes às instituições de saúde está intimamente ligada à captação de doadores de sangue, sendo de suma importância a construção de ações e estratégias efetivas de mobilização junto à população para a doação de sangue.

Palavras-chave: Doação de sangue. Doadores de sangue. Captação de doadores.

ABSTRACT

This paper presents the results of a systematic review of the studies that deal with blood donation in Brazil. The process of donating blood comprises numerous steps, and donor recruitment is essential to ensure the supply of necessary blood components to the population. The objective of this research was to analyze the studies that have as theme the sensitization of the people to the donation of blood and the factors that motivate the donation. The systematic review of the national literature was carried out in the Virtual Health Library (VHL) database - Brazil, using the descriptor "blood donors". We searched for articles that addressed the descriptor as a subject, published in the years 2010 to 2016, in Portuguese and with full text available. Those who did not address the theme of this research were excluded. The search conducted in the database, in October 2016, found 95 articles. For the analysis, nine papers were selected that answered the guiding question of this study. The strategies and devices mapped for the promotion of blood donation were: campaigns, educational strategies, encouragement for altruism and reception. The factors influencing the blood donation were identified as: personal interests, altruism, need for donation, fear, influence of family and friends, access and blood donation process. It is concluded that the adequate supply of blood components to health institutions is closely linked to the recruitment of blood donors, and it is extremely important to build effective actions and strategies to mobilize the population to donate blood.

Keywords: Blood donation. Blood donors. Donor recruitment.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 A HEMOTERAPIA NO BRASIL	8
2.1 BREVE HISTÓRICO DA HEMOTERAPIA NO BRASIL	8
2.2 O CICLO DO SANGUE E OS SERVIÇOS DE HEMOTERAPIA NO BRASIL	9
2.3 A CAPTAÇÃO DE DOADORES	9
3 DESENHO METODOLÓGICO	11
4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	12
4.1 ESTRATÉGIAS E DISPOSITIVOS PARA A PROMOÇÃO DA DOAÇÃO DE SANGUE	16
4.1.1 Campanhas	16
4.1.2 Estratégias educativas	18
4.1.3 Incentivo ao altruísmo	19
4.1.4 Acolhimento	19
4.2 FATORES QUE INFLUENCIAM A DOAÇÃO DE SANGUE	20
4.2.1 Interesses pessoais	20
4.2.2 Altruísmo	20
4.2.3 Necessidade da doação	21
4.2.4 Medo	21
4.2.5 Influência de familiares e amigos	22
4.2.6 Acesso	22
4.2.7 Processo de doação sanguínea	23
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	24
REFERÊNCIAS	25

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta o resultado de uma revisão sistemática dos estudos que abordam a doação de sangue no Brasil. Segundo Rodrigues e Reibnitz (2011, p. 385), “a doação de sangue é, ainda hoje, um problema de interesse mundial; pois não há uma substância que possa, em sua totalidade, substituir o tecido sanguíneo”. Atualmente, apenas 1,9% da população brasileira é doadora de sangue (BRASIL, 2015). A Organização Pan-Americana da Saúde estima que ao menos 2% da população deveriam doar sangue de maneira regular para cobrir as necessidades de sangue e outros componentes sanguíneos de um país (OPAS, 2016).

O processo de doação de sangue compreende inúmeras etapas sistematizadas. Inicia-se na captação dos doadores, resultando seu produto final em procedimentos transfusionais. No que diz respeito à doação de sangue, a captação de doadores é fundamental para garantir a oferta de hemocomponentes necessários à população. A captação de doadores é, portanto, um dos pontos estratégicos para os serviços de hemoterapia garantir em quantidade e qualidade os componentes necessários para o cuidado das pessoas que necessitam da atenção hemoterápica.

Este trabalho tem como questão norteadora: qual é o estado da arte, ou seja, a produção de conhecimento atual sobre dispositivos e estratégias para a sensibilização das pessoas para a doação de sangue? Desta forma, o objetivo desta pesquisa foi analisar os estudos que tem como tema a sensibilização das pessoas para a doação de sangue e os fatores que motivam a doação. Mais especificamente, pretende-se sistematizar as informações sobre os fatores, condicionantes e determinantes, para que as pessoas sejam doadoras. Também foram mapeadas, descritas e classificadas as estratégias para sensibilização das pessoas para a doação. Na sequência deste trabalho será apresentado o referencial teórico, a metodologia empregada e os resultados deste estudo.

2 A HEMOTERAPIA NO BRASIL

Para compreender o processo que envolve a doação de sangue, tema deste trabalho, apresenta-se a seguir um breve histórico sobre a hemoterapia e a política de sangue no Brasil, bem como a caracterização do ciclo do sangue e da organização dos serviços de hemoterapia que compõem o conjunto de unidades hemoterápicas nacional (hemorrede) e o debate sobre as principais questões implicadas no processo de captação de doadores.

2.1 BREVE HISTÓRICO DA HEMOTERAPIA NO BRASIL

Os serviços de transfusão surgiram no Brasil na década de 1930, porém a hemoterapia concretizou-se apenas na década de 1940 como especialidade médica. No mesmo momento, foram criados o Banco de Sangue do Hospital Fernandes Figueira, no Rio de Janeiro (1941), o Banco de Sangue da Santa Casa de Porto Alegre e o Banco de Sangue do Pronto Socorro de Recife, em 1942 (BRASIL, 2015). Cabe destacar que

(...) até a década de 1980, o contexto histórico do sangue como terapia transfusional foi marcado pela remuneração da doação. (...) A primeira Lei Federal que incentivava a doação de sangue (Lei 1.075/50) elucidava a ideia da troca da doação pelo benefício (BRASIL, 2015, p.7).

A partir de 1980, em decorrência do aparecimento da AIDS e da proliferação de doenças transmissíveis via transfusão sanguínea, emerge uma preocupação mundial sobre a segurança do sangue (BRASIL, 2015). Desta forma,

(...) o surgimento da hemoterapia como questão de política pública e interesse social foi motivada pela contestação do sistema de saúde vigente, em razão do aumento da contaminação sanguínea, uma vez que as doenças transfusionais estavam vinculadas às doações remuneradas (BRASIL, 2015, p.8).

Assim, na década de 80, surge no país a política pública do sangue, com implantação de uma rede de hemocentros e destaque à doação voluntária e não remunerada, resultante de um ato de solidariedade e altruísmo (BRASIL, 2015). Todo o processo que envolve a captação e o processamento dos hemocomponentes foi incluído como política universal e gratuita a ser ofertada pelo Sistema Único de Saúde (BRASIL, 2015). Com esta nova política estruturam-se novas ações e

serviços de hemoterapia e a complexificação das etapas implicadas nesse processo, conforme será apresentado a seguir.

2.2 O CICLO DO SANGUE E OS SERVIÇOS DE HEMOTARAPIA NO BRASIL

Conforme FLAUSINO *et al.* (2015, p. 270), “a prescrição de um componente sanguíneo mobiliza uma estrutura complexa, por meio de um processo cíclico”. O ciclo do sangue compreende o processo sistemático que abrange as atividades de captação e seleção do doador, triagem clínico-epidemiológica, coleta de sangue, triagem laboratorial das amostras de sangue, processamento, armazenamento, transporte e distribuição e procedimentos transfusionais e de hemovigilância (BRASIL, 2014). Com base nas responsabilidades para a execução destas etapas do cuidado hemoterápico e a organização da hemorrede nacional, os serviços de hemoterapia existentes no Brasil, de acordo com a RDC MS N° 151, de 21 de agosto de 2001, art. 3º, são classificados como: hemocentro coordenador (HC), hemocentro regional (HR), unidade de coleta e transfusão (UCT), unidade de coleta (UC), central de triagem laboratorial de doadores (CTLD) e agência transfusional (AT).

Segundo a Portaria MS N° 158, de 04 de fevereiro de 2016, art. 82, a bolsa de sangue total coletada, tecnicamente satisfatória, poderá ser processada para a obtenção de um ou mais componentes. Os hemocomponentes utilizados atualmente na prática clínica são: concentrado de hemácias, concentrado de plaquetas, plasma fresco congelado, crioprecipitado e concentrado de granulócitos (FLAUSINO *et al.*, 2015). Para a oferta adequada de todos estes componentes, a captação de doadores, apresentada a seguir, é de suma importância.

2.3 A CAPTAÇÃO DE DOADORES

Diante do aperfeiçoamento da atenção hemoterápica segura e do fortalecimento da cultura da doação voluntária e não remunerada de sangue, a estruturação da atividade de captação de doadores nos serviços de hemoterapia se tornou estratégica. Nesta etapa do processo de doação são utilizados métodos para sensibilizar as pessoas, geral e individualmente, sobre a importância e a

necessidade de doar sangue, a fim de possibilitar tratamentos e procedimentos terapêuticos aos que necessitam (BRASIL, 2015). Cabe destaque que,

apesar de o Brasil ser referência na captação de sangue na América Latina, ter melhorado os índices de doação voluntária e ter ampliado a faixa etária de candidatos à doação, muitos desafios ainda se apresentam, já que apenas 1,9% da população brasileira é doadora de sangue (BRASIL, 2015, p.17).

A Organização Mundial da Saúde (OMS) preconiza que 3% a 5% da população deveria doar sangue a cada ano para a manutenção dos estoques regularizados de sangue e hemoderivados de um país (ZAGO; SILVEIRA; DUMITH; 2010). O cenário brasileiro aponta para a existência de barreiras no que tange à participação efetiva e contínua da população no processo de doação (BRASIL, 2015). Identificar quais estratégias estão sendo utilizadas para sensibilização das pessoas para a doação de sangue e os fatores que motivam este ato é reconhecido como um dos aspectos que podem contribuir para a avaliação e proposição de ações de mobilização e sensibilização da população para a doação. Cabe esclarecer que, segundo a Portaria MS Nº 158, de 04 de fevereiro de 2016, são potenciais doadores de sangue e, portanto, público alvo para a captação de doadores: pessoas em boas condições de saúde com idade entre 16 (dezesesseis) e 69 (sessenta e nove) anos, que tenham realizado a primeira doação de sangue antes dos 60 (sessenta) anos e com peso mínimo de 50 kg (cinquenta quilogramas), que não possuam impedimentos para doação.

3 DESENHO METODOLÓGICO

Trata-se de uma revisão sistemática da literatura nacional realizada na base de dados Biblioteca Virtual em Saúde (BVS) – Brasil, através do descritor “doadores de sangue”, definido de acordo com os Descritores em Ciências da Saúde (DeCS). Foram buscados artigos que abordavam o descritor como assunto, publicados nos anos de 2010 a 2016, em língua portuguesa e com texto completo disponível.

A busca realizada na base de dados, em outubro de 2016, encontrou 95 artigos. A partir da leitura do título e resumo dos artigos, foram excluídos aqueles que não tratam do tema desta pesquisa, ou seja, estratégias de sensibilização para doação de sangue e fatores que motivam a doação. Sendo assim, os critérios de exclusão foram: estudos clínicos e epidemiológicos, artigos que tratavam sobre a prevalência da doação de sangue, perfil de doadores e não doadores e caracterização e avaliação do atendimento em serviços de hemoterapia.

Para análise, foram selecionados nove artigos que responderam à pergunta norteadora deste estudo. Os dados relacionados ao perfil das publicações foram extraídos e sistematizados em uma tabela, contendo: título do artigo, autores, periódico, ano de publicação. A análise de conteúdo foi realizada através de unidade temática, descrevendo os dispositivos e estratégias utilizadas, bem como os aspectos que influenciam as pessoas para a doação.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A busca realizada na base de dados, em outubro de 2016, encontrou 95 artigos. Após aplicados os critérios de inclusão e exclusão, foram selecionados nove artigos para análise, descritos no Quadro 1.

Quadro 1 – Descrição dos artigos selecionados

	Título	Autores	Periódico	Ano de publicação
1	Doar ou não doar, eis a questão: uma análise dos fatores críticos da doação de sangue	Jefferson Rodrigues Pereira; Caissa Veloso e Sousa; Eliane Bragança de Matos; Leonardo Benedito Oliveira Rezende; Natália Xavier Bueno; Álvaro Machado Dias	Ciência & Saúde Coletiva	2016
2	Conhecendo os meandros da doação de sangue: implicações para a atuação do enfermeiro na hemoterapia	Gilce Erbe de Miranda Silva; Glauca Valente Valadares	Revista Brasileira de Enfermagem	2015
3	Doação de sangue: a cobertura do jornalismo local e sua contribuição para a formação da opinião pública	Ana Eliza Ferreira Alvim da Silva; José Roberto Pereira; Boanerges Balbino Lopes Filho	Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde	2015
4	Marketing social para doação de sangue: análise da predisposição de novos doadores	Stephanie Ingrid Souza Barboza; Francisco José da Costa	Caderno de Saúde Pública	2014
5	Valores, altruísmo e comportamentos de ajuda: comparando doadores e não doadores de sangue	Valdiney Veloso Gouveia; Walberto Silva dos Santos; Rebecca Alves Aguiar Athayde; Roosevelt Vilar Lobo de Souza; Estefânea Élide da Silva Gusmão	Psico	2014
6	Estratégias de captação de doadores de sangue: uma revisão integrativa da literatura	Rosane Suely May Rodrigues; Kenya Schmidt Reibnitz	Texto Contexto Enfermagem	2011
7	O itinerário de doadores de sangue: reflexões acerca da micropolítica no cuidado de enfermagem	Nereida Lúcia Palko dos Santos; Marluce Andrade Conceição Stipp	Physis Revista de Saúde Coletiva	2011
8	Doação de sangue: solidariedade mecânica versus solidariedade orgânica	Rosane Suely May Rodrigues Pereira; Kenya Schmidt Reibnitz; Jussara Gue Martini; Rosane Gonçalves Nitschke	Revista Brasileira de Enfermagem	2010
9	Estratégias para fidelização de doadores de sangue voluntários e habituais	Luana Giacomini; Wilson Danilo Lunardi Filho	Acta Paulista de Enfermagem	2010

Fonte: elaborado pela autora.

Entre os periódicos que publicaram sobre a temática deste trabalho dentro do período proposto, destacou-se a Revista Brasileira de Enfermagem, com dois artigos publicados. Em relação ao ano de publicação, foram publicados dois artigos sobre o tema nos anos de 2010, 2011, 2014 e 2015 e um artigo no ano de 2016. Os anos de 2012 e 2013 não apresentaram publicações.

Em relação às características metodológicas, cinco estudos são de natureza qualitativa, dois estudos são quantitativos e um de metodologia mista. A abordagem metodológica não foi explicitada em um estudo, conforme demonstra a Tabela 1.

Tabela 1 – Número de artigos por tipo de estudo, de 2010 a outubro de 2016

Tipo de estudo	n	%
Qualitativo	5	56
Quantitativo	2	22
Metodologia mista	1	11
Não explicitado	1	11
Total	9	100

Fonte: elaborado pela autora.

Verifica-se que a maioria dos estudos que tratam sobre os aspectos que envolvem estratégias de promoção e fatores que motivam a doação sanguínea são de natureza qualitativa (56%).

Foram definidos como sujeitos de pesquisa, em cinco artigos: doadores, não doadores, potenciais doadores e candidatos à doação de sangue. Dois estudos não possuem sujeitos de pesquisa, por se tratarem de revisão integrativa da literatura e análise de publicações de um jornal. Um artigo apresentou como sujeitos de pesquisa visitantes de pacientes, transeuntes e profissionais de uma instituição. E, em um artigo, os sujeitos de pesquisa não foram especificados, conforme apresenta a Tabela 2.

Tabela 2 – Número de artigos por sujeitos de pesquisa, de 2010 a outubro de 2016

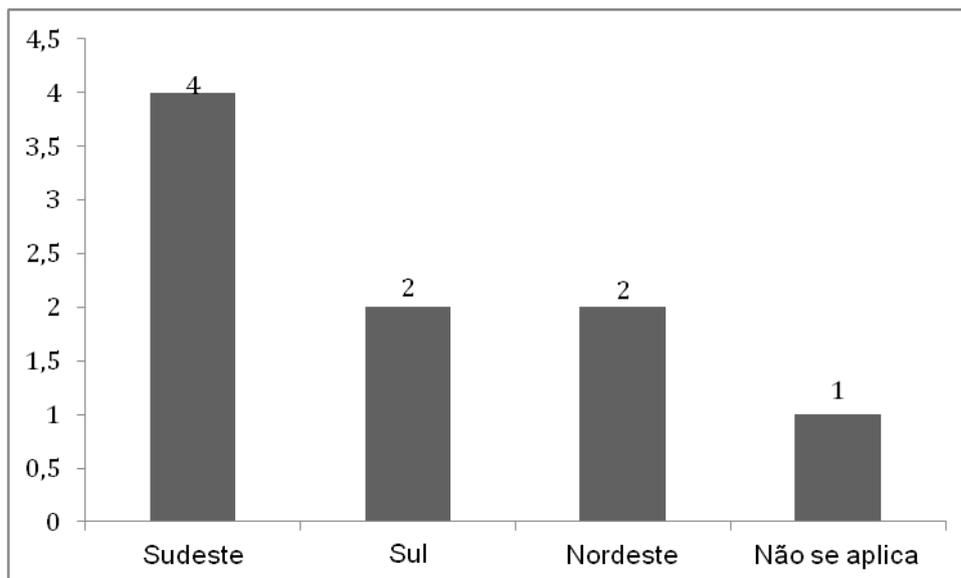
Sujeitos de pesquisa	n	%
Doadores, não doadores, potenciais doadores e candidatos à doação de sangue	5	56
Artigos sem sujeitos de pesquisa	2	22
Visitantes de pacientes, transeuntes e profissionais da instituição	1	11
Não especificado	1	11
Total	9	100

Fonte: elaborado pela autora.

Observa-se que a maioria dos estudos (cinco) tem como sujeitos de pesquisa indivíduos diretamente envolvidos no processo de doação sanguínea.

Foram identificados estudos realizados nas regiões sudeste (4 estudos), sul (2 estudos) e nordeste (2 estudos) do Brasil, sendo que um artigo, por se tratar de revisão integrativa da literatura, não foi classificado, conforme explicita a Figura 2.

Figura 2 – Regiões do Brasil estudadas nos artigos analisados, de 2010 a outubro de 2016



Fonte: elaborado pela autora.

Verifica-se que a maior parte dos estudos foram realizados na região sudeste do país.

Os objetivos dos artigos analisados neste trabalho estão descritos no Quadro 2.

Quadro 2 – Descrição dos objetivos dos artigos analisados

Artigo	Objetivo(s)
1	Identificar e analisar os principais fatores críticos presentes no processo de doação de sangue, a partir de uma amostra de respondentes da cidade de Belo Horizonte, MG, considerando a percepção de doadores, potenciais doadores e não doadores de sangue.
2	Discutir os significados apreendidos pelos não doadores de sangue, considerando o contexto e as consequências para a atuação do enfermeiro na hemoterapia.
3	Analisar como um jornal impresso da cidade de Juiz de Fora, Minas Gerais, atuou na formação da opinião pública local sobre essa questão num intervalo de 20 anos, ou seja, de que forma apresentou o tema à população e deixou disponíveis as informações necessárias à compreensão e ao debate do assunto.
4	Analisar os fatores motivacionais que influenciam os indivíduos a adotar comportamentos favoráveis à doação de sangue, no intuito de subsidiar ações mais efetivas pelos agentes públicos e sociais interessados em estimular a doação, considerando a contribuição potencial da teoria de marketing social.
5	Comparar os perfis valorativos de doadores e não doadores de sangue; verificar se estes grupos diferem com relação ao comportamento de ajuda; e compreender a relação entre o altruísmo e o ato de doar sangue.
6	Identificar o perfil das publicações relacionadas ao tema e conhecer as estratégias de captação de doadores de sangue desenvolvidas pelos hemocentros.
7	Analisar o itinerário de candidatos a doadores de sangue num serviço de hemoterapia (SH) do Rio de Janeiro.
8	Discutir a doação de sangue como solidariedade, ou seja, como vínculo do indivíduo à vida por meio de valores e atitudes que contribuem para salvar vidas, apresentando uma reflexão que pretende abordar o crescimento das doações como solidariedade orgânica no sentido apontado por Michel Maffesoli.
9	Detectar a significação do ato de doar sangue; Identificar elementos ligados à decisão de tornar-se um doador de sangue; Conhecer as dúvidas ligadas à doação de sangue; conhecer a opinião do doador, quanto à organização do trabalho realizado pelo serviço; Identificar quais estratégias são mais eficientes para o desenvolvimento de um programa mais efetivo de doação voluntária de sangue; Identificar a relevância da relação profissional-usuário na conquista de doadores voluntários e habituais.

Fonte: elaborado pela autora.

Observa-se que os objetivos dos artigos 1, 2, 5, 7 e 8 apresentaram aspectos relacionados à percepção dos atores e a reflexão sobre as motivações, fatores críticos, valoração e significação do processo de doação. Nos objetivos dos artigos 3 e 6 foram abordadas questões relacionadas às estratégias de mobilização e divulgação para a doação de sangue. Nos objetivos dos artigos 4 e 9 encontram-se relacionadas ambas características.

Na análise dos artigos, foram identificadas unidades temáticas relacionadas às estratégias e dispositivos para a promoção da doação e aos fatores que motivam a doação, que serão descritas a seguir. O Quadro 3 aponta os artigos que tratam sobre as unidades temáticas encontradas.

Quadro 3 – Unidades temáticas

Unidades Temáticas	Artigo	
Estratégias e dispositivos para a promoção da doação de sangue	Campanhas	2; 3; 9; 1
	Estratégias educativas	6; 9; 7
	Incentivo ao altruísmo	2; 6; 4
	Acolhimento	6; 9;
Fatores que influenciam a doação de sangue	Interesses pessoais	9; 7; 1
	Altruísmo	4; 5; 9
	Necessidade da doação	1; 4; 2; 8
	Medo	9; 4; 6
	Influência de familiares e amigos	4; 6
	Acesso	8; 7
	Processo de doação sanguínea	1

Fonte: elaborado pela autora.

Constata-se que, se tratando de estratégias e dispositivos para a promoção da doação de sangue, as campanhas são abordadas em quatro artigos, seguidas, respectivamente, de estratégias educativas e incentivo ao altruísmo (3 artigos) e acolhimento (2 artigos). Entre os fatores que influenciam a doação, a necessidade da doação é o fator mais citado (4 artigos), seguido de interesses pessoais, altruísmo e medo (3 artigos), influência de familiares e amigos e acesso (2 artigos) e processo de doação sanguínea (1 artigo). Serão apresentadas na sequência deste trabalho as estratégias e dispositivos para a promoção da doação, bem como os fatores que influenciam a doação.

4.1 ESTRATÉGIAS E DISPOSITIVOS PARA A PROMOÇÃO DA DOAÇÃO DE SANGUE

A seguir serão detalhadas as estratégias e dispositivos mapeados para a promoção da doação de sangue: campanhas, estratégias educativas, incentivo ao altruísmo e acolhimento.

4.1.1 Campanhas

Silva e Valadares (2015) definem as campanhas em prol da doação como ações realizadas pelos coordenadores de captação de doadores das instituições de saúde e pelo poder público para estimular a população a doar sangue. Os dados de

seu estudo apontam que as campanhas são identificadas principalmente na televisão, mas, também, através de outros meios de comunicação, como o rádio e o outdoor. Entretanto, a percepção destas campanhas é bastante variável. O jornal, apesar de ser o meio de comunicação mais antigo, não foi citado nos dados e, da mesma forma, a internet, que apresenta baixo custo para divulgação. Logo, as campanhas necessitam ser ampliadas para outras formas de veiculação (SILVA; VALADARES, 2015).

Em seu trabalho, Silva, Pereira e Lopes Filho (2015) destacam que a formação da opinião pública seria beneficiada com uma maior presença da temática da doação de sangue no jornal. Em sua análise, identificam a apresentação recorrente das mesmas informações sobre a temática no jornal, o que pode gerar desinteresse ou dispersão do receptor. Sendo assim, é necessário buscar dados, informações, análises diferentes, novas formas de abordar e de humanizar os relatos referentes à doação de sangue para atrair doadores (SILVA; PEREIRA; LOPES FILHO; 2015).

Ainda, Silva e Valadares (2015) e Silva, Pereira e Lopes Filho (2015) evidenciam a sazonalidade das campanhas de doação de sangue como um aspecto negativo. Segundo Silva e Valadares (2015), a realização de campanhas somente em alguns períodos gera desconfiança por parte dos agentes sociais sobre a seriedade das ações de captação de doadores e não são sinônimos de que a participação da população seja igualmente ampliada de imediato (SILVA; VALADARES, 2015). Para Silva, Pereira e Lopes Filho (2015) as mobilizações pontuais prejudicam a formação de cultura e a amplificação da cobertura para a doação de sangue. Giacomini e Lunardi Filho (2010) destacam que o trabalho educativo deve ser contínuo.

O estudo de Pereira *et al.* (2016) também aponta falha em relação à eficácia das campanhas para motivação e captação de doadores de sangue. De acordo com os entrevistados, as campanhas não esclarecem adequadamente os requisitos para doação e não desmistificam os “medos” relacionados à doação de sangue. Informações e esclarecimentos durante a fase de captação poderiam minimizar o receio em relação à segurança do processo (PEREIRA *et al.*, 2016). No estudo de Silva e Valadares (2015), quando avaliadas positivamente, a percepção é de que as campanhas são importantes, boas, chamam a atenção e tentam atrair a população.

4.1.2 Estratégias educativas

Inúmeras estratégias educativas foram descritas nos artigos analisados. A educação direcionada com conhecimentos científicos foi citada por Rodrigues e Reibnitz (2011) como possibilidade de encorajar futuros doadores, devendo ter início na formação de hábitos do jovem, enfocando a doação como um ato responsável, de maturidade e de participação social. Há estudos que apontam a necessidade de conhecer e de utilizar teorias de psicologia, sociologia e antropologia, a fim de contribuir para a compreensão de crenças, valores e atitudes do doador (RODRIGUES; REIBNITZ; 2011).

Ainda, no estudo de Rodrigues e Reibnitz (2011) alguns autores sugerem estratégias à população, aos profissionais de saúde e aos bancos de sangue, como parcerias com os diversos setores da sociedade, capacitação dos profissionais da saúde que atuam junto ao doador e à educação à distância aos trabalhadores; objetivando a motivação ao trabalho. Sugerem, também, o desenvolvimento de programas com crianças, para que elas sejam educadas e sensibilizadas à doação no futuro (RODRIGUES; REIBNITZ; 2011).

Giacomini e Lunardi Filho (2010) destacam que, para alguns doadores, ainda não está bem clara qual seria a possível participação do serviço de hemoterapia na estimulação da doação voluntária de sangue. Entretanto, muitos dos doadores acreditam que a decisão de tornar-se um doador está unicamente ligada à consciência das pessoas. Os doadores entrevistados referiram que os meios para incentivar as pessoas a doarem sangue são as divulgações faladas e escritas, na forma de folhetos, jornais e campanhas na televisão e rádio. Os doadores também acreditavam ser importante realizar um trabalho junto aos jovens, àqueles que procuram o banco de sangue e à população em geral, transformando as pessoas não somente em doadores, mas também em multiplicadores, incentivando nelas o sentimento de solidariedade. Outra sugestão é que a divulgação alie o lado emocional e humano das pessoas. Para tanto, deve-se elaborar ou produzir meios, materiais e mensagens que tenham como função não apenas informar e desmistificar os efeitos da doação, mas, também, despertar a generosidade e solidariedade e educar quanto à necessidade de doadores saudáveis e os princípios básicos da doação de sangue voluntária (GIACOMINI; LUNARDI FILHO; 2010).

Como os doadores permanecem em salas de espera durante o processo de doação, Santos e Stipp (2011) sugerem que o serviço, além das informações online, disponibilize o acesso a estas também na unidade, com assuntos sobre a doação de sangue e as dúvidas mais comuns. As ações informativas poderiam se dar por meio de palestras, distribuição de material impresso, apresentação de programa informativo sobre o tema na televisão e até com a disponibilização de profissionais e/ou estagiários para o esclarecimento individual de dúvidas (SANTOS; STIPP; 2011).

4.1.3 Incentivo ao altruísmo

Silva e Valadares (2015) propõem o encontro face a face com os indivíduos ou trabalhos com empresas, escolas ou outros cenários para permitir uma comunicação que torne a doação de sangue parte dos hábitos e valores da população, pautada no altruísmo (SILVA; VALADARES, 2015). Rodrigues e Reibnitz (2011) destacam que campanhas motivadas pelo altruísmo combinam o senso de recompensa pessoal e o desejo de ajudar. Estudos mostram que as pessoas expostas às mensagens altruístas estão mais propensas a doar no futuro (RODRIGUES; REIBNITZ; 2011).

Já conforme Barboza e Costa (2014), para maior eficiência na captação de doadores, há uma necessidade de transformação na abordagem, onde seja enfatizado o que realmente influencia a predisposição à doação. Dessa forma, apelos de marketing social baseados em incentivo ao altruísmo, à empatia ou à responsabilidade social parecem não ter efeito algum do ponto de vista de captação de novos doadores. Isso não indica, por outro lado, que estes comportamentos não são relevantes como incentivo à doação, inclusive podendo ser condicionantes para a manutenção de comportamento (BARBOZA; COSTA; 2014).

4.1.4 Acolhimento

Rodrigues e Reibnitz (2011) apontaram o bom atendimento aos doadores e a ampliação de coletas como possibilidade de fidelizá-los, facilitando o seu retorno. Remover barreiras que dificultam a doação, assim como aumentar a oportunidade

de coletas são fatores que contribuem para a conquista e a retenção de doadores (RODRIGUES; REIBNITZ; 2011).

Muitos dos doadores entrevistados no estudo de Giacomini e Lunardi Filho (2010) também apontaram que a atitude do profissional, durante o atendimento ao doador, é um fator que exerce grande influência na sua decisão em retornar ao serviço para realizar novas doações voluntárias. As atitudes positivas dos profissionais criam um ambiente seguro e descontraído. Atitudes negativas podem ser responsabilizadas por sentimentos de insatisfação e, com isso, dificultar o retorno das pessoas ao serviço. Sendo assim, para atender aos doadores, os profissionais precisam utilizar habilidades interpessoais, como o acolhimento, com vistas à escuta e identificação de necessidades (GIACOMINI; LUNARDI FILHO; 2010).

4.2 FATORES QUE INFLUENCIAM A DOAÇÃO DE SANGUE

A seguir serão detalhados os fatores que influenciam a doação de sangue: interesses pessoais, altruísmo, necessidade da doação, medo, influência de familiares e amigos, acesso e processo de doação sanguínea.

4.2.1 Interesses pessoais

Para Giacomini e Lunardi Filho (2010), os motivos para começar e continuar a doar sangue refletem tanto interesses pessoais quanto humanitários. Entre as situações de benefício próprio, Giacomini e Lunardi Filho (2010), Santos e Stipp (2011) e Pereira *et al.* (2016) citam o abono do dia de trabalho. Além disso, Giacomini e Lunardi Filho (2010) também colocam o efeito na própria saúde do doador como, por exemplo, o afinamento do sangue grosso, como motivo para doação.

4.2.2 Altruísmo

Segundo Barboza e Costa (2014), o altruísmo é umas das características centrais dos doadores de sangue, uma vez que esta ação presume impessoalidade, pois, na maioria das vezes, se desconhece quem é o doador e o receptor. O estudo

de Gouveia *et al.* (2014) constatou que os doadores de sangue são mais altruístas do que os não doadores, sendo possível inferir que as pessoas ditas altruístas são mais propensas a doarem sangue regularmente. Para Giacomini e Lunardi Filho (2010), aqueles que doam com interesses humanitários o fazem porque desejam ajudar ao próximo e sabem da importância deste ato.

4.2.3 Necessidade da doação

Pereira *et al.* (2016) identificaram como principal fator motivacional para a doação de sangue a necessidade de doação para conhecidos ou o pedido de conhecidos para um parente ou amigo próximo que necessitava da doação. O incentivo feito por conhecidos desperta a motivação altruística e, conjuntamente, proporciona o ato de doação (PEREIRA *et al.*; 2016). Esta motivação também foi identificada por Barboza e Costa (2014).

Já Silva e Valadares (2015) constataram em seu estudo que os entrevistados apresentam conhecimento sobre as diversas possibilidades de utilização do sangue humano, porém conhecer a necessidade do outro não é o único fator que influencia na atitude de doação de sangue, apesar de ser um grande fator motivacional. A vivência dos familiares com a realidade institucional de falta de hemocomponentes causa perplexidade, contudo de forma insuficiente, sendo incapaz de provocar a mobilização, ou seja, que o familiar não doador participe do processo de doação de sangue (SILVA; VALADARES; 2015). Pareima *et al.* (2010) identificaram que a maioria das doações de sangue efetivadas em uma instituição de Florianópolis tem se apresentado na perspectiva da solidariedade orgânica, ou seja, de forma espontânea e voluntária, se sobrepondo às doações vinculadas, que seriam uma manifestação da solidariedade mecânica.

4.2.4 Medo

Na opinião dos entrevistados no estudo de Giacomini e Lunardi Filho (2010), o baixo número de doadores voluntários de sangue se deve, principalmente, aos medos e preconceitos ligados à doação. Conforme Barboza e Costa (2014), a predisposição à doação de sangue é negativamente influenciada pelo medo que o indivíduo alimenta acerca dos procedimentos técnicos executados na extração do

sangue, bem como dos efeitos colaterais que o ato de doar sangue pode gerar no seu organismo. Barboza e Costa (2014) relatam que o papel dos familiares e amigos tem influência positiva, o que pode fazer com que o indivíduo supere tais barreiras.

O trabalho de Rodrigues e Reibnitz (2011) apontou como um fator desmotivador para a doação de sangue o medo da agulha e que este poderia ser minimizado com a capacitação de técnicos para a punção da veia. Contudo, Barboza e Costa (2014) afirmam que a segurança e o conforto no desenvolvimento do procedimento já parecem estar bastante evoluídos. Sendo assim, a preocupação em relação ao procedimento poderia ser minimizada por ações de marketing social, em uma comunicação que convença a primeira doação e providencie uma experiência boa o suficiente para viabilizar a repetição do ato (BARBOZA; COSTA; 2014).

4.2.5 Influência de familiares e amigos

Barboza e Costa (2014) verificaram que parte da motivação do indivíduo para doar sangue vem da influência de familiares e amigos, que ajudam na superação das barreiras que influenciam negativamente o comportamento do doador. Sensibilizar o doador a incentivar um amigo ou familiar para a primeira doação foi considerada como uma boa estratégia de captação por Rodrigues e Reibnitz (2011). Ainda, conforme Barboza e Costa (2014), as ações de marketing social podem contribuir na construção de peças de comunicação focadas no incentivo entre amigos e familiares e no desenvolvimento de ações de integração entre amigos e familiares de doadores em eventos que podem ser oportunos para a captação de novos doadores.

4.2.6 Acesso

Pereima *et al.* (2010) perceberam que um dos fatores que prejudicam o índice de doações refere-se à cultura da pressa, que leva as pessoas a fazer tudo imediatamente e contribui para a falta de paciência e de tempo para a doação de sangue. O ato de doar sangue compreende também o planejamento do dia da doação, incluindo fatores como o tempo disponível das pessoas e até o poder aquisitivo das mesmas (para utilização de meio de transporte e realização de

refeições, por exemplo). Assim, perpassa a cidadania, a voluntariedade e o altruísmo (SANTOS; STIPP; 2011).

Santos e Stipp (2011) também verificaram que a escassa sinalização para acesso ao serviço de hemoterapia traz entraves extras ao acesso à unidade, tornando necessária a busca por informações para que os doadores cheguem ao serviço. Este fato causa insegurança e ansiedade, contribuindo para o desinteresse em retornar para novas doações na unidade (SANTOS; STIPP; 2011). Santos e Stipp (2011) colocam que a facilidade de acesso ao serviço de hemoterapia é um indicador importante, que influencia a motivação dos doadores e deve ser considerado no planejamento das estratégias de captação.

4.2.7 Processo de doação sanguínea

Pereira *et al.* (2016) constataram que parte significativa dos impedimentos no processo de doação está relacionada às etapas das triagens clínica e hematológica. Em seu estudo, os entrevistados identificam o processo de triagem como uma etapa importante e válida, pois permite a identificação e a seleção de doadores aptos. Porém, alguns entrevistados apontam que a estratégia de ampla divulgação da necessidade de doar sangue e a falta de esclarecimento dos fatores impeditivos à doação durante as campanhas e posterior filtragem dos doadores desmotiva, alimentando um julgamento negativo de todo o processo (PEREIRA *et al.*, 2016).

Ainda, acredita-se que o processo de triagem feito em duas etapas é burocrático, podendo ser unificado (PEREIRA *et al.*, 2016). Pereira *et al.* (2016) abordaram questões relacionadas à percepção de segurança, tanto do doador como do receptor do sangue, acerca do processo de triagem. Apesar da conscientização da maioria dos entrevistados quanto à importância das etapas nas quais são realizadas as triagens, a baixa percepção de segurança emergiu como ponto crítico (PEREIRA *et al.*, 2016).

Os resultados encontrados por Pereira *et al.* (2016) apontam para a falta de informação como o fator de maior criticidade no processo de doação de sangue. Esta deficiência reflete a necessidade de ações de marketing social diferenciadas para cada uma das etapas do processo (PEREIRA *et al.*, 2016).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através desta revisão, constata-se que a produção de trabalhos relacionados à temática da captação de doadores de sangue, especificamente sobre a sensibilização das pessoas para a doação de sangue e os fatores que motivam a doação, ainda é pequena, apesar de esta ser uma etapa fundamental para a manutenção da política do sangue no Brasil. Estudos publicados poderiam subsidiar ações e estratégias efetivas nesta área.

A análise dos artigos apontou diferentes estratégias e dispositivos para a promoção da doação de sangue, como as campanhas, estratégias educativas, incentivo ao altruísmo e o acolhimento. As campanhas apresentam limitações quanto à sua eficácia, principalmente no que tange a sazonalidade. Diferentes estratégias educativas foram descritas, destacando diferentes abordagens para a sensibilização dos doadores. O incentivo ao altruísmo se mostrou um mecanismo relevante para a captação. A atitude do profissional de saúde é um fator determinante para o retorno do doador ao serviço de hemoterapia.

Foram indicados sete fatores que influenciam a doação de sangue nos estudos analisados: interesses pessoais, altruísmo, necessidade da doação, medo, influência de amigos e familiares, acesso e processo de doação sanguínea. A motivação por interesses pessoais foi citada, apesar de a doação de sangue se relacionar a um ato de solidariedade. O altruísmo se destaca como uma das características centrais dos doadores. A necessidade da doação foi identificada como um grande fator motivacional para o ato de doar, contudo se mostra insuficiente como único fator para provocar a mobilização para doação. O medo é apontado como uma barreira para a doação, que pode ser superada com a influência positiva de amigos e familiares. A dificuldade de acesso ao serviço de hemoterapia pode influenciar negativamente o doador. O processo de doação pode desmotivar o doador, se não forem socializadas as informações necessárias sobre as etapas da doação, principalmente triagens.

A oferta adequada de hemocomponentes às instituições de saúde está intimamente ligada à captação de doadores de sangue. É de suma importância que os aspectos apontados neste estudo sejam considerados para a construção de ações e estratégias efetivas de mobilização junto à população e dentro das instituições, para incentivar a doação de sangue.

REFERÊNCIAS

BARBOZA, Stephanie Ingrid Souza; COSTA, Francisco José da. Marketing social para doação de sangue: análise da predisposição de novos doadores. **Caderno de Saúde Pública**, v. 30, n.7, p. 1463-1474, jul. 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/csp/v30n7/0102-311X-csp-30-7-1463.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2016.

BRASIL. Ministério da Saúde. Portaria N° 158, de 04 de fevereiro de 2016. Redefine o regulamento técnico de procedimentos hemoterápicos. Brasília, n. 25, p. 37, 2016. Disponível em: <<http://www.brasilsus.com.br/index.php/legislacoes/gabinete-do-ministro/6350-158>>. Acesso em: 25 Jul. 2016.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção a Saúde. Departamento de Atenção Especializada e Temática. Manual de orientações para promoção da doação voluntária de sangue. 1ª Ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2015. 152 p. Disponível em: <http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/manual_orientacoes_promocao_doacao_voluntaria_sangue.pdf>. Acesso em: 08 Jul. 2016.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução da Diretoria Colegiada – RDC N° 34, de 11 de junho de 2014. Dispõe sobre as Boas Práticas no Ciclo do Sangue. Brasília, n. 113, p. 67, 2014. Disponível em: <http://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2014/rdc0034_11_06_2014.pdf>. Acesso em: 25 Set. 2016.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução da Diretoria Colegiada – RDC N° 151, de 21 de agosto de 2001. Aprova o Regulamento Técnico sobre Níveis de Complexidade dos Serviços de Hemoterapia. Brasília, n. 161, p. 29, 2001. Disponível em: <<http://pegasus.fmrp.usp.br/projeto/legislacao/RDC%20151%20de%2021%2008%2001.pdf>>. Acesso em: 25 Set. 2016.

FLAUSINO *et al.* O ciclo de produção do sangue e a transfusão: o que o médico deve saber. **Rev. Med. Minas Gerais**, v. 25, n. 2, p. 269-279, 2015. Disponível em: <<http://www.rmmg.org/artigo/detalhes/1784>>. Acesso em: 02 Ago. 2016.

GIACOMINI, Luana; LUNARDI FILHO, Wilson Danilo. Estratégias para fidelização de doadores de sangue voluntários e habituais. **Acta Paulista de Enfermagem**, v. 23, n. 1, p. 65-72, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ape/v23n1/11.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2016.

GOUVEIA, Valdiney Veloso *et al.* Valores, altruísmo e comportamentos de ajuda: comparando doadores e não doadores de sangue. **Psico**, v. 45, n. 2, p. 209-218, abr./jun. 2014. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistapsico/article/view/13837>>. Acesso em: 10 out. 2016

Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS). América Latina e Caribe estão quase na metade do caminho de alcançar 100% de doadores voluntários de sangue. Brasília, 10 de junho de 2016. Disponível em: <http://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=5149:america-latina-e-caribe-estao-quase>

na-metade-do-caminho-de-alcancar-100-de-doadores-voluntarios-de-sangue&Itemid=455>. Acesso em: 20 dez. 2016.

PEREIRA, Rosane Suely May Rodrigues *et al.* Doação de sangue: solidariedade mecânica versus solidariedade orgânica. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 63, n. 2, p. 322-327, mar./abr. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/reben/v63n2/24.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2016.

PEREIRA, Jefferson Rodrigues *et al.* Doar ou não doar, eis a questão: uma análise dos fatores críticos da doação de sangue. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 21, n.8, p. 2475-2484, 2016. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/csc/v21n8/1413-8123-csc-21-08-2475.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2016.

RODRIGUES, Rosane Suely May; REIBNITZ, Kenya Schmidt. Estratégias de captação de doadores de sangue: uma revisão integrativa da literatura. **Rev. Texto Contexto Enferm.**, Florianópolis, v. 20, n.2, p. 384-391, abr./jun. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-07072011000200022>. Acesso em: 15 Ago. 2016.

SANTOS, Nereida Lúcia Palko dos; STIPP, Marluci Andrade Conceição. O itinerário de doadores de sangue: reflexões acerca da micropolítica no cuidado de enfermagem. **Physis Revista de Saúde Coletiva**, v. 21, n. 1, p. 283-298, 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/physis/v21n1/v21n1a16.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2016.

SILVA, Ana Eliza Ferreira Alvim da; PEREIRA, José Roberto; LOPES FILHO, Boanerges Balbino. Doação de sangue: a cobertura do jornalismo local e sua contribuição para a formação da opinião pública. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, v. 9, n. 4, p. 1-16, out./dez. 2015. Disponível em: <<http://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1001>>. Acesso em: 10 out. 2016.

SILVA, Gilce Erbe de Miranda; VALADARES, Glaucia Valente. Conhecendo os meandros da doação de sangue: implicações para a atuação do enfermeiro na hemoterapia. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 68, n. 1, p. 32-39, jan./fev. 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/reben/v68n1/0034-7167-reben-68-01-0032.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2016.

ZAGO, Alethea; SILVEIRA, Mariângela Freitas da; DUMITH, Samuel C. Prevalência de doação de sangue e fatores associados, Pelotas, RS. **Rev. Saúde Pública**, v. 44, n. 1, p. 112-120, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S003489102010000100012>. Acesso em: 4 Jul. 2016.