

## CAPÍTULO 16

# FATORES PREDITORES QUE INFLUENCIAM O COMPORTAMENTO DA DOAÇÃO DE SANGUE

*Data de aceite: 02/05/2023*

### **Nanci Felix Mesquita**

Centro Universitário Metodista IPA - Porto Alegre/RS  
Lattes: 0804941346786174

### **Ana Maria Vieira Lorenzoni**

Universidade de Cruz Alta - UNICRUZ  
Lattes: 1031198852118602

### **Bibiana Fernandes Trevisan**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul- UFRGS Campus Porto Alegre  
Lattes: 4260686075710655

### **Adelita Noro**

Universidade do Vale do Rio dos Sinos UNISINOS- Campus São Leopoldo RS  
Lattes: 8969791609890061

### **Aline Tigre**

Universidade Feevale - Novo Hamburgo - RS  
Lattes: 4429355941117096

### **Vanessa Belo Reyes**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Porto Alegre/RS  
Lattes: 2372355995813721

### **Patrícia Santos da Silva**

Centro Universitário Metodista IPA - Porto Alegre/RS  
Lattes: 9900699047596559

### **Ana Paula Wunder Fernandes**

Universidade do Vale do Rio dos Sinos UNISINOS - Campus São Leopoldo/RS  
Lattes:8155341323375365

### **Cristiane Tavares Borges**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
UFRGS Campus Porto Alegre  
Lattes: 5721755388104598

### **Yanka Eslabão Garcia**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
UFRGS Campus Porto Alegre  
Lattes: 6480211634865499

### **Paula de Cezaro**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
UFRGS Campus Porto Alegre  
Lattes: 4018054670501319

### **Daniela Cristina Ceratti Filippin**

Universidade de Santa Cruz do Sul UNISC - Campus Santa Cruz do Sul/RS  
Lattes: 9716758107187977

**RESUMO:** **Introdução:** Evidências científicas apontam a carência de doações sanguíneas para atender ao aumento da

demanda por hemotransfusões. No entanto, ainda que novos tratamentos de saúde venham apresentando progressos, não se encontrou como substituir o sangue humano para fins terapêuticos. **Objetivos:** Este estudo teve como objetivo identificar os fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue. **Método:** Realizou-se a abordagem qualitativa, os dados foram coletados por meio de entrevista semiestruturada, sendo utilizada a Análise de Conteúdo de Minayo. **Resultados:** Os achados deste estudo permitem colaborar para o aprimoramento do processo de captação de doadores, possibilitando a compreensão dos fatores que influenciam os indivíduos a doarem sangue. **Conclusão:** Os dados coletados constituem em informações relevantes para a construção de estratégias de captação de doadores e incentivo às doações de sangue.

**PALAVRAS-CHAVE:** Doação de sangue; Enfermagem.

## 1 | INTRODUÇÃO

A transfusão de hemocomponentes vem ganhando destaque na terapêutica contemporânea, especialmente pelo advento de novas técnicas que tornaram possível a realização de cirurgias mais complexas, o que aumentou a demanda por hemotransfusões (RODRIGUES; REINMITZ, 2011). Este fato ratifica as estatísticas mundiais que, ainda hoje, evidenciam a carência de doações sanguíneas para atender ao aumento dessa demanda, sendo constatado pela Organização Mundial da Saúde (OMS), apenas 1,8% da população mundial como doadora de sangue (ALCÂNTRA, 2006). No Brasil, isso se reforça por dados do Ministério da Saúde (MS), que apresentou para o ano de 2014, um número de 3,7 milhões de bolsas de sangue coletadas, representando um aumento de 4,55% em relação ao ano de 2013.

Estimativas do MS apontam que 1,9% da população brasileira é doadora voluntária de sangue a cada ano (TEIXEIRA, 2015). No entanto, a OMS preconiza que 3% a 5% da população de um país deveria ser doadora de sangue, configurando tal índice como ideal para a manutenção dos estoques regularizados (BRASIL, 2003). Somado a isso, a elevada demanda por transfusões sanguíneas vem sendo debatida pelos centros de saúde como um desafio à saúde pública, uma vez que não se encontrou como substituir o sangue humano para fins terapêuticos (RODRIGUES; REINMITZ, 2011).

Neste contexto, ressalta-se a importância de estratégias sistemáticas de captação de doadores de sangue e estratégias para fidelização dos mesmos, visando atender às necessidades de saúde pública em hemoterapia. Tais estratégias estão voltadas para a conquista e para a retenção de doadores, podendo estar representadas desde a forma de acolher o indivíduo, que se dispõe a doar; até a utilização do *marketing* para a elaboração de campanhas sociais, utilizando ferramentas para veicular informações de estímulo às doações. Estratégias educativas também são de grande relevância, pois sensibilizam os indivíduos acerca da importância e da necessidade de doações de sangue (RODRIGUES; REINMITZ, 2011). A legislação brasileira regulamenta a Política Pública do Sangue e atribui às doações, um ato de solidariedade e altruísmo. Nesse sentido, a doação de sangue

é entendida como um comportamento pró-social, o qual é definido como qualquer ato executado com o objetivo de beneficiar o próximo (RODRIGUES; ASSMAR, SASLONSKI, 2012).

Assim, identificar o que impulsiona os comportamentos pró-sociais pode contribuir para compreender os valores que motivam os indivíduos a doarem sangue e, então, possibilitar a construção de intervenções de fomento às condutas pró-sociais e, conseqüentemente, ao ato de doar sangue (GOUVEIA, 2014). Na presente pesquisa, busca-se identificar os fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue a partir do conhecimento prévio de aspectos individuais e sociais dos indivíduos e, assim, identificar estratégias de captação de doadores que possam qualificar esse processo e determinar a motivação dos indivíduos a doarem sangue.

A realização desta pesquisa colabora para o aprimoramento do processo de captação de doadores, uma vez que possibilita a compreensão dos fatores que motivam os indivíduos a doarem sangue e os fatores que dificultam a doação, promovendo assim, a análise e a proposição de estratégias mais eficazes para captação e fidelização de doadores de hemocomponentes (SANDRIN et al, 2015).

## **2 | OBJETIVO:**

O objetivo do presente estudo é identificar os fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue.

## **3 | REFERENCIAL TEÓRICO**

Ao se buscar estratégias para captação de doadores de sangue, a partir da percepção e do comportamento dos indivíduos, remetemo-nos aos múltiplos sentidos e às variadas formas de significação que o sangue assume perante a sociedade brasileira, lembrando interessantes conotações: “ chorei lágrimas de sangue”, “ o sangue subiu à cabeça (CLEMENTE et al, 2015). Tais expressões retratam as percepções vivenciadas pelos indivíduos acerca do significado do sangue e que, portanto, também devem ser consideradas ao traçar estratégias de captação de doadores, procurando identificar os valores que condicionam a doação e que a motivam.

Diante disso, busca-se a construção de ferramentas para a discussão sobre estratégias de captação de doadores e, assim, contribuir para tornar a doação de sangue parte de hábitos e valores da população brasileira, uma vez que somente com a mudança de atitudes e comportamentos é que os indivíduos podem tornar-se doadores conscientes de seu papel, partícipes e coresponsáveis por seus atos (SANDRIN et al, 2015)..

Ao se pensar em estratégias para aumentar os índices de doação de sangue, utiliza-se a captação de doadores como uma atividade voltada à sensibilização da população quanto à importância da doação voluntária. No entanto, tal atividade não deve

ser desenvolvida apenas para garantir a quantidade necessária de doadores, mas sim, buscando novas estratégias de captação, de forma a romper com modelos preexistentes e intervenções pontuais, em que o doador só é convidado a doar, quando alguém da família necessita (GIACOMI; FILHO, 2010). Observa-se que estratégias para captação de doadores de sangue apresentam-se, em muitos cenários, como algo resolutivo a curto prazo, uma vez que foram pensadas isoladas de um contexto social. Isso porque uma doação de sangue apresenta peculiaridades que extrapolam a noção biológica que o ato de doar expressa, remetendo-se a uma dimensão social (CLEMENTE et al, 2015).

Destaca-se também como estratégia educativa para a captação de doadores de sangue, a pesquisa científica, essa apresentada como uma intervenção fundamental para a obtenção de subsídios às ações de captação, de forma a identificar concepções, valores e necessidades de indivíduos e contribuir para o aumento da população doadora (RODRIGUES; REINMITZ, 2011).

## 4 | MÉTODO

A pesquisa qualitativa em saúde trabalha com o universo de significados, motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variável (MINAYO, 2010). Foram convidados a participar desta pesquisa indivíduos que já haviam doado sangue e indivíduos que nunca doaram; os quais foram distribuídos equitativamente em dois grupos: doadores e não doadores. a amostra deste estudo foi composta por 12 participantes, sendo 6 indivíduos já doadores e 6 não doadores, uma vez que se utilizou como princípio norteador para definir o tamanho da amostra, a exaustão dos dados. Isto significou amostrar até o ponto em que não foram obtidas novas informações e a redundância foi atingida (MINAYO, 2010).

A coleta das informações ocorreu entre os meses de janeiro de 2017 a março de 2017. A realização deste trabalho respeitou os preceitos éticos que regem a pesquisa envolvendo seres humanos no Brasil e atendeu aos princípios da autonomia, beneficência, não maleficência, justiça e equidade, dispostos na Resolução 466/2012, do Conselho Nacional de Saúde (BRASIL, 2010). O projeto foi submetido à avaliação do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP). Recebeu aprovação do parecer pelo CEP, sob o número 59457116500005327. Somente após o recebimento do parecer favorável, deu-se início à coleta de informações.

## 5 | ANÁLISE E DISCUSSÃO

Após leitura exaustiva, emergiram informações que suscitaram a construção de duas categorias, sendo elas: (1) *percepções quanto a aspectos motivadores à doação de*

*sangue; ( 2) refletindo sobre estratégias de captação.*

Na primeira categoria dos depoimentos coletados, foi possível observar aspectos que motivaram ou que motivaram a primeira doação e também aspectos que, segundo os participantes, motivam as pessoas em geral a doar sangue. Primeiramente, em relação à concepção que os entrevistados atribuem ao ato de doar sangue, todos, doadores e não doadores, reconhecem a doação como algo relacionado à ajuda ao próximo, a um gesto de solidariedade e altruísmo, estando cientes da responsabilidade de poder mudar o desfecho da vida de outro indivíduo. Isto fica evidenciado nos depoimentos.

No entanto, em relação ao grupo de não doadores, mesmo presente, essa ideia não desperta no indivíduo o estímulo para realizar a doação. Quanto à motivação para a primeira doação, no grupo de doadores, apenas um entre os entrevistados havia realizado de forma espontânea. Os demais, revelaram que a motivação partiu da solicitação de um familiar ou amigo, de alguém que solicitou a doação. Percebe-se assim, que a vontade de ajudar o próximo entre os entrevistados doadores não se configura como um fator determinante para realizar uma doação de sangue e que, tal fator, conforme referido, relaciona-se a algo particular que os motive a doar.

A religiosidade também foi atribuída como motivação para doar, como forma de agradecimento a Deus pela saúde e pela possibilidade de ajudar a quem necessita, assim como o ato de ajudar o próximo, através de uma doação, também foi mencionado pelos entrevistados como um fenômeno de Deus. Quando questionados sobre o que poderia motivar as pessoas em geral a doar sangue, os participantes doadores entendem que há um sentimento de querer ajudar o próximo, de reconhecer a importância da doação de sangue, mas que isso se concretiza, efetivamente, quando alguém pede por uma doação. Da mesma forma, entre o grupo de não doadores, esses reconhecem a nobreza do ato de doar, a importância social desse gesto, mas o fator que impera entre todos os entrevistados, para o que os motivaria a realizar uma doação sanguínea, seria a necessidade de algum familiar, amigo, alguém que solicitasse a doação.

Na segunda categoria, as estratégias de captação de doadores foram abordadas a partir do questionamento dos entrevistados quanto aos fatores que influenciam uma doação de sangue. O principal fator apontado, quanto às estratégias de captação de doadores, foi em relação a uma maior divulgação nas mídias sociais sobre o ato de doar, de forma a possibilitar à população um esclarecimento maior e uma consciência sobre este ato, sensibilizando e estimulando o doador a procurar os serviços não somente quando chamado, mas também, para que isso ocorra de uma forma contínua. Dois participantes endossam tais considerações ao relatar que quanto mais divulgação houver, maior a possibilidade desse ato se tornar um hábito na vida das pessoas, e relaciona isso com a mudança de cultura da nova geração que não fuma. Além de campanhas de divulgação, envolvendo as mídias sociais, o anúncio sobre o processo de doação de sangue nas escolas também foi tema relatado pelos participantes, como uma estratégia de captação,

uma vez que a conscientização das crianças e jovens, desde cedo, poderá estimulá-los a realizar doações no futuro.

A captação de doadores a partir de estratégias educativas como pauta dos currículos escolares, de forma a possibilitar que as famílias possam discutir também sobre tal temática e estimular nas crianças o sentimento de ajuda ao próximo. Também foi mencionado a importância de se divulgar sobre a carência que os serviços de hemoterapia enfrentam para dar conta de uma demanda de transfusões. Estratégias de fidelização de doadores também foram relacionadas pelos participantes, de maneira a influenciar os indivíduos já doadores, para que retornem aos serviços. Isso, por meio da forma com que os locais prestam atendimento, pelas características da assistência, qualidade do lanche e agilidade. Inclusive, os próprios participantes sugeriram, como estratégia de fidelização, a prioridade no atendimento de doadores que realizam doações com mais frequência e, até mesmo, que os serviços pudessem enviar, de alguma forma, um agradecimento individual a esses doadores, também como um fator a influenciar o retorno deles. A proposição de flexibilidade nos horários de atendimentos dos serviços de hemoterapia também foi uma estratégia arrolada pelos entrevistados como forma de incentivo àqueles que não conseguem organizar uma doação, pela coincidência do seu horário de trabalho com o horário de funcionamento do Banco de Sangue: Considerando a falta de tempo e as dificuldades no deslocamento dos sujeitos para realizar uma doação, um dos entrevistados propôs a existência de uma unidade móvel para a coleta de sangue, em alguns pontos da cidade e em determinados dias:

A participação das empresas de forma mais ativa também foi relacionada pelos participantes como uma estratégia de captação, através da elaboração de campanhas internas, estimulando nos funcionários a consciência da responsabilidade social e organizando, em momentos oportunos, a liberação desses para realizarem uma doação e, até mesmo, a divulgação pela própria intranet desses locais. O envio dos exames sorológicos, após a realização de uma doação, também foi uma questão comentada como algo relevante, em que os participantes atribuem como positivo e como incentivo à realização de novas doações.

## 6 | CONCLUSÃO

Neste estudo, buscou-se fornecer uma descrição acerca dos fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue, através de motivações. Considerando os achados mais relevantes nesse estudo, inicialmente, destaca-se o auxílio ao próximo como o fator de maior motivação para a realização de uma doação, considerado por doadores e não doadores, em que se concluiu que ele não mobiliza os indivíduos à prática de doar. A motivação partiria de algo individual e particular e que, para tanto, estratégias envolvendo familiares e amigos já doadores, como multiplicadores dessa ideia, seria um método a ser

desenvolvido pelo *marketing*, assim como campanhas que fortaleçam atitudes positivas para uma doação. Concluiu-se, também, que estratégias envolvendo a educação são consideradas imprescindíveis para promover a mudança na cultura e no comportamento de doação de sangue.

Ainda sobre estratégias de captação, a associação entre elas apontou que, para os doadores, palestras e campanhas atraem mais os indivíduos que já são doadores. Àqueles que nunca doaram, as estratégias mais significativas parecem ser o contato por email e o contato telefônico. Uma maior divulgação nas mídias sociais sobre a necessidade que existe sobre doação de sangue, bem como estratégias de maior proximidade com os indivíduos foi uma das conclusões .

## REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, M. (2006). Começa a semana nacional de doação de sangue. Acesso em 10 abril 2016. Disponível em: <http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2006/11/20/materia.2006-11-20.0748635112/view>>

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Fazendo a diferença: captando doadores voluntários de sangue. Brasília (DF): Ministério da Saúde, 2003.

BRASIL. Conselho Nacional de Saúde (CNS). Diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos. Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012. Brasília, DF, 12 dez. 2012. Disponível em: <<http://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2012/Reso466.pdf>> Acesso em: 10 abr. 2016.

CLEMENTE, A, et al. Humanização e doação de sangue. In: Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Especializada e Temática. Manual de orientações para promoção da doação voluntária de sangue. 1 ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2015. p. 133-42.

GOUVEIA, VV, et al. Valores, altruísmo e comportamento de ajuda: comparando doadores e não doadores de sangue. *Psico*. 2014; 45(2): 209-18 .

GIACOMI, L; FILHO, WDL. Estratégias para fidelização de doadores de sangue voluntários e habituais. *Acta Paul Enferm*. 2010; 23(1): 65-72.

MINAYO, M. C. S. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2010.

RODRIGUES, R.S.M REIBNITZ, K.S.. Estratégias de captação de doadores de sangue: uma revisão integrativa da literatura. *Revisão de Literatura • Texto contexto - enferm*. 20 (2) • Jun 2011 • <https://doi.org/10.1590/S0104-07072011000200022>

RODRIGUES, A; ASSMAR, EML; SASLONSKI, B. *Psicologia Social*. 29ª edição. Rio de Janeiro/ Petrópolis: Vozes, 2012.

TEIXEIRA, RAO. Contextualização da captação de doadores na hemoterapia brasileira. In: Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. **Departamento de Atenção Especializada e Temática**. Manual de orientações para promoção da doação voluntária de sangue. 1 ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2015. p. 7-19.

SANDRIN, R, et al. Estratégias educativas para a promoção da doação voluntária de sangue. In: Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Especializada e Temática. Manual de orientações para promoção da doação voluntária de sangue. 1 ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2015. p. 49-68.