

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CIÊNCIAS DA SAÚDE DE PORTO ALEGRE  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENFERMAGEM  
MESTRADO PROFISSIONAL

Nanci Felix Mesquita

FATORES QUE INFLUENCIAM O COMPORTAMENTO DE DOAÇÃO DE SANGUE

Porto Alegre

2017

NANCI FELIX MESQUITA

## **FATORES QUE INFLUENCIAM O COMPORTAMENTO DE DOAÇÃO DE SANGUE**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Enfermagem da Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Ana Claudia Souza Vazquez

Linha de Pesquisa: Redes de atenção à saúde e gestão do cuidado de enfermagem

Porto Alegre

2017

*Dedico este trabalho aqueles que  
são movidos pelo sentimento  
de ajudar o próximo e que...  
doam sangue.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço infinitamente a Deus pela oportunidade de estar realizando algo que sempre sonhei e por estar comigo, em todos os momentos.

Aos meus pais, pela dedicação, pelo amor, pelos valores e por todos os ensinamentos, especialmente àqueles que me fizeram acreditar que o conhecimento é algo que nos realiza e que nos permite colher frutos.

A minha irmã, agradeço pelo incentivo, pelo apoio e pelo exemplo de determinação e profissionalismo.

Ao meu marido, agradeço pela compreensão nos momentos em que foi preciso abdicar da sua companhia em prol de escritas e leituras...agradeço também pelo apoio, pelos momentos de descontração e por tudo que representa na minha vida.

Aos meus amigos, agradeço pela paciência e por compreenderem a minha ausência quando não foi possível estar presente nos nossos encontros.

À minha orientadora, professora Ana, que se revelou mais que uma professora, mas uma amiga querida; agradeço pelo muito que aprendi.

À equipe do Serviço de Hemoterapia do Hospital de Clínicas de Porto Alegre, especialmente os queridos colegas, técnicos de enfermagem e enfermeiros, agradeço pelo carinho, pela paciência e por compreenderem os momentos em que necessitei me afastar.

Às professoras do Serviço de Enfermagem Onco-Hematológica, especialmente professora Elizeth Heldt, muito agradeço pelo apoio, pelo incentivo, pela compreensão e pela sensibilidade ao perceber minhas necessidades para finalizar o mestrado.

A todos, que de alguma forma, participaram da construção deste trabalho e que me incentivaram para que eu pudesse alcançar o objetivo tão sonhado, o de ser mestre. Muito obrigada!

## RESUMO

**Introdução:** A carência de doações sanguíneas para atender ao aumento da demanda por hemotransfusões se configura em um grande desafio aos serviços de saúde. Isso porque ainda não se encontrou uma forma de substituir o sangue humano para fins terapêuticos. **Objetivos:** Este estudo teve como objetivo analisar os fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue, quanto a aspectos motivadores, dificultadores e de valores pessoais, bem como identificar estratégias de captação. **Método:** Realizou-se pesquisa exploratória, de abordagem mista, desenvolvida com dois grupos - doadores de sangue e não doadores. A abordagem quantitativa foi representada por uma amostra de 417 participantes doadores e 250 não doadores. A abordagem qualitativa teve uma amostra de 6 participantes doadores e 6 não doadores. Na abordagem quantitativa, os dados foram coletados por meio de uma Escala de Altruísmo e do Questionário de Valores Básicos (QVB) e, para a análise desses resultados, foram realizadas análises de correlação, test t e tamanho do efeito para verificar se diferenças significativas entre grupos. Na abordagem qualitativa, os dados foram coletados por meio de entrevista semiestruturada, sendo utilizada a Análise de Conteúdo de Minayo. **Resultados:** Dentre os achados mais relevantes, destaca-se o auxílio ao próximo como o fator de maior motivação para a realização de uma doação, mas que não mobiliza os indivíduos à prática de doar. A indisponibilidade de tempo fora mencionada como o maior impedimento para a realização de uma doação. Quanto à avaliação do altruísmo, verificou-se que os indivíduos doadores e não doadores não apresentaram diferença quanto a esse caráter, uma vez que o fato de ser altruísta não se reflete em ações pró-doação. A motivação partiria de algo individual e particular. Os achados deste estudo permitem colaborar para o aprimoramento do processo de captação de doadores, possibilitando a elucidação de possíveis estratégias eficientes para a captação. **Conclusão:** Os dados coletados permitiram a análise de fatores que motivam e que dificultam uma doação, assim como foi possível identificar valores que estão relacionados ao comportamento doador. Tais dados se constituem em informações relevantes para a elaboração de uma intervenção educativa como incentivo às doações de sangue, e para a construção de estratégias de captação.

**Descritores:** Doação de sangue; Hemoterapia; Doadores de sangue; Enfermagem.

## ABSTRACT

**Introduction:** The lack of blood donations to meet the increased demand for blood transfusions is a major challenge for health services. That is because we have not yet found a way to replace human blood for therapeutic purposes. **Objectives:** The objective of this study was to analyze the factors that influence blood donation behavior, motivating factors, difficulties and personal values, as well as identifying strategies for capturing. **Method:** An exploratory, mixed approach research was carried out with two groups - blood donors and non-donors. The quantitative approach was represented by a sample of 417 participating donors and 250 non-donors. The qualitative approach had a sample of 6 participating donors and 6 non-donors. In the quantitative approach, the data were collected through an Altruism Scale and the Basic Values Questionnaire (QVB) and, for the analysis of these results, correlation, test and effect size analyzes were performed to verify if significant differences between groups . In the qualitative approach, the data was collected through a semi-structured interview, using the Minayo Content Analysis. **Results:** Among the most relevant findings, it is worth mentioning the help to others as the motivating factor for a donation, but that does not mobilize the individuals to donate. The unavailability of time was mentioned as the greatest impediment to making a donation. Regarding the evaluation of altruism, it was found that donor and non-donor individuals did not present any difference regarding this character, since the fact of being altruistic is not reflected in pro-donation actions. Motivation would come from something individual and particular. The findings of this study allow us to collaborate to improve the process of donor recruitment, making possible the elucidation of possible efficient strategies for recepiency. **Conclusion:** The data collected allowed the analysis of factors that motivate and hinder a donation, as well as it was possible to identify values that are related to the donor behavior. This data constitutes information relevant to the elaboration of an educational intervention as an incentive for blood donations, and for creating strategies to capture.

Keywords: Blood donation; Hemotherapy; Blood donors; Nursing.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Estatísticas descritivas e correlações entre as subfunções valorativas, a escala de altruísmo e o tipo de doação, nos grupos de doadores e não doadores de sangue .....	34
Tabela 2 - Matriz de Correlação entre subfunções valorativas, altruísmo e faixa etária .....	36
Tabela 3 - Correlações entre as subfunções valorativas e as estratégias de captação, nos grupos de doadores e não doadores.....	37
Tabela 4 - Estatísticas descritivas e correlações entre as estratégias de captação e a escala de altruísmo nos grupos de doadores e não doadores.....	38
Tabela 5 - Correlações entre as estratégias de captação, nos grupos de doadores e não doadores.....	38

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
<b>2 OBJETIVOS</b> .....	<b>12</b>
2.1 OBJETIVO GERAL .....	12
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	12
<b>3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>13</b>
3.1 HISTÓRIA DA HEMOTERAPIA .....	13
3.2 COMPORTAMENTO DE DOAÇÃO .....	15
3.3 ESTRATÉGIAS PARA CAPTAÇÃO DE DOADORES .....	17
<b>4 MÉTODO</b> .....	<b>20</b>
4.1 DELINEAMENTO DO ESTUDO .....	20
4.2 CENÁRIO DO ESTUDO .....	20
4.3 ESTUDO I .....	21
4.3.1 Participantes do Estudo .....	21
4.3.2 Critérios de Inclusão e Exclusão .....	21
4.3.3 Método de seleção dos participantes .....	22
4.3.4 Coleta de Informações .....	233
4.3.5 Caracterização dos Participantes .....	245
4.3.6 Análise das Informações .....	255
4.4 ESTUDO II .....	25
4.4.1 Participantes do Estudo .....	266
4.4.2 Critérios de Inclusão e exclusão .....	26
4.4.3 Método de seleção dos participantes .....	26
4.4.4 Coleta de Informações .....	27
4.4.5 Caracterização dos participantes .....	288
4.4.6 Análise das Informações .....	28
4.5 ASPECTOS ÉTICOS .....	29
<b>5 RESULTADOS</b> .....	<b>30</b>
5.1 RESULTADOS ESTUDO I .....	30
5.2 RESULTADOS ESTUDO II .....	39
5.2.1 PERCEPÇÕES QUANTO A ASPECTOS MOTIVADORES À DOAÇÃO DE SANGUE .....	39
5.2.2 PERCEPÇÕES QUANTO A ASPECTOS DIFICULTADORES À DOAÇÃO DE SANGUE .....	42

5.2.3 REFLETINDO SOBRE ESTRATÉGIAS DE CAPTAÇÃO .....	44
<b>6 DISCUSSÃO .....</b>	<b>49</b>
<b>7 CONCLUSÃO .....</b>	<b>58</b>
<b>8 PRODUTO FINAL.....</b>	<b>61</b>
<b>PROPOSTA DE INTERVENÇÃO EDUCATIVA A PARTIR DE UM CURSO DE EXTENSÃO.....</b>	<b>61</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>644</b>
<b>APÊNDICE A .....</b>	<b>70</b>
<b>TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - ESTUDO I .....</b>	<b>70</b>
<b>APÊNDICE B .....</b>	<b>71</b>
<b>TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – ESTUDO II .....</b>	<b>71</b>
<b>APÊNDICE C .....</b>	<b>72</b>
<b>QUESTIONÁRIO ESTUDO I - GRUPO DE DOADORES.....</b>	<b>72</b>
<b>APÊNDICE D .....</b>	<b>75</b>
<b>QUESTIONÁRIO ESTUDO I - GRUPO DE NÃO DOADORES .....</b>	<b>75</b>
<b>APÊNDICE E .....</b>	<b>77</b>
<b>ROTEIRO DE ENTREVISTA ESTUDO II - GRUPO DE DOADORES.....</b>	<b>77</b>
<b>APÊNDICE F.....</b>	<b>78</b>
<b>ROTEIRO DE ENTREVISTA ESTUDO II - GRUPO DE NÃO DOADORES.....</b>	<b>78</b>
<b>APÊNDICE G.....</b>	<b>79</b>
<b>ROTEIRO PARA CONVITE POR EMAIL E SURVEY .....</b>	<b>79</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A evolução científica e tecnológica, nas diversas esferas do conhecimento, tem trazido contribuições relevantes para a área da saúde, com implementação de novos recursos e técnicas de tratamento e, conseqüente, aumento na sobrevivência de pacientes<sup>1</sup>. No que diz respeito à hemoterapia, estratégias de aperfeiçoamento para a segurança das transfusões de sangue foram desenvolvidas para promover a melhoria das condições clínicas dos indivíduos e salvar vidas<sup>2</sup>.

Nesse sentido, constata-se que a transfusão de hemocomponentes vem ganhando destaque na terapêutica moderna, especialmente pelo advento de novas técnicas que tornaram possível a realização de cirurgias mais complexas, o que aumentou a demanda por hemotransfusões<sup>3</sup>. Este fato ratifica as estatísticas mundiais que, ainda hoje, evidenciam a carência de doações sanguíneas para atender ao aumento dessa demanda<sup>4</sup>. 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. No entanto, houve um aumento no número de transfusões sanguíneas ocorridas em 2014, no país, crescendo 6,8%, quando comparadas ao ano de 2013<sup>5</sup>.

Estimativas do MS apontam que 1,9% da população brasileira é doadora voluntária de sangue a cada ano<sup>6</sup>. No entanto, a Organização Mundial da Saúde 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<sup>7</sup>. 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<sup>3</sup>.

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 promovem a conscientização dos indivíduos acerca da importância e da necessidade de doações de sangue<sup>3</sup>.

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<sup>8</sup>. Assim, identificar o que motiva 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<sup>9</sup>.

Tais considerações são reiteradas por estudos que demonstram a importância da avaliação de fatores relacionados ao processo de doação de sangue, como as características sociodemográficas e comportamentais dos doadores ou potenciais doadores, de forma a possibilitar o planejamento de ações para aumentar a captação<sup>10,11</sup>. Desse modo, a partir da percepção e do comportamento dos indivíduos em relação à doação de sangue, os serviços podem aprimorar suas estratégias de captação, possibilitando o aumento do número de doadores<sup>11</sup>.

A escolha pela temática sobre os fatores que influenciam o comportamento dos indivíduos para a doação de sangue surgiu a partir da atuação da pesquisadora como enfermeira em um Serviço de Hemoterapia. Tal serviço retrata a realidade de muitos outros, ao deparar-se com uma elevada demanda por hemotransfusões, em decorrência de um baixo volume de estoque, ou seja, uma desproporção no número de transfusões sanguíneas, que são realizadas, em relação ao número de coletas de sangue, advindas da doação. Somado a isso, observa-se que esse serviço está inserido em um hospital de grande porte, referência no tratamento de doenças onco-hematológicas e transplantes de órgãos, e que deve prestar o suporte hemoterápico a essas especialidades. No entanto, por diversas vezes, trabalhou-se com o estoque em condições muito limitadoras. Para isso, motivada a pensar e intervir sobre essa realidade, optou-se por cursar o mestrado profissional e, através da pesquisa, buscar estratégias para modificar esse cenário.

Visando a promoção da doação voluntária de sangue e entendendo a importância de ações socioeducativas para a captação de doadores, apresenta-se também, como objetivo dessa pesquisa e produto do mestrado profissional, a elaboração de uma intervenção educativa. Essa intervenção foi elaborada a partir dos resultados desse estudo, de forma a contribuir com o Serviço de Hemoterapia e promover a educação de indivíduos acerca da importância social da doação,

considerando os aspectos motivadores, dificultadores e de valores pessoais que influenciam o comportamento de doação. Os achados na literatura reforçam tal objetivo ao mencionar ações educativas como as mais efetivas e promissoras para a captação de doadores de sangue, repercutindo seus efeitos em curto, médio e longo prazo<sup>12</sup>.

Na presente pesquisa, buscou-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. Nesse enfoque, foram considerados aspectos relacionados ao comportamento dos indivíduos e às características sociais e regionais. Assim, objetivou-se identificar, a partir da percepção dos indivíduos doadores e não doadores, o que os motiva, o que dificulta e quais valores influenciam o comportamento de doação de sangue, para então, propor estratégias e aumentar a captação de doadores.

Com isso, a fim de compreender as questões que envolvem o processo de captação de doadores de sangue e aprimorar a busca por doadores, emergiram os seguintes questionamentos:

Qual o perfil do doador de sangue? Quais os aspectos são motivadores do comportamento de doação de sangue? Quais os aspectos são dificultadores do comportamento de doação de sangue? Que valores motivam o comportamento pró-social da doação?

A realização desta pesquisa pode colaborar para o aprimoramento do processo de captação de doadores, uma vez que possibilitou 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. Também se justifica a relevância desse estudo ao subsidiar o desenvolvimento de temas e conhecimentos relevantes à área da hemoterapia, bem como suscitar a reflexão sobre novas estratégias de captação de doadores de sangue.

## 2 OBJETIVOS

### 2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar os fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue, quanto a aspectos motivadores, dificultadores e de valores pessoais.

### 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar e descrever as características sociodemográficas dos indivíduos doadores e não doadores;
- Identificar e descrever a percepção dos participantes, doadores e não doadores, sobre motivações e dificuldades para doar sangue;
- Identificar e descrever os valores pessoais que influenciam o comportamento de doação de sangue, em doadores e não doadores;
- Identificar e descrever estratégias para captação de doadores de sangue;
- Elaborar uma intervenção educativa para incentivo à doação de sangue e fidelização de indivíduos.

### 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A literatura, nacional e internacional, encontrada para a construção deste estudo, nos últimos 5 anos revela uma produção científica, não muito extensa, em que são apontados temas relacionados a estratégias de captação, questões técnicas sobre doação de sangue e comportamento dos doadores. Nesse enfoque, também é possível verificar a explícita diferença entre o cenário internacional e a legislação brasileira, ao que se refere à doação de sangue. As próprias regiões brasileiras se configuram de forma diferente em relação a características populacionais e epidemiológicas. Tais assertivas justificam a pesquisa por fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue, bem como novas estratégias de captação de doadores, de forma a identificar as realidades locais, as necessidades e o perfil dos doadores de cada região e, a partir disso, desenvolver ações que possam aprimorar os processos de captação e auxiliar na troca de experiências entre as diversas realidades<sup>3, 10, 11</sup>.

Buscando subsidiar o desenvolvimento do estudo, este capítulo baseia-se nos pressupostos teóricos de diversos autores e propõe-se a fundamentar as discussões sobre os fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue. Assim, serão mencionadas as temáticas sobre a história da hemoterapia, o comportamento de doação e estratégias para a doação de sangue.

#### 3.1 HISTÓRIA DA HEMOTERAPIA

O contexto histórico do sangue como terapia transfusional, no Brasil, até a década de 1980, foi marcado pelo incentivo de doações de sangue em troca de remuneração/ benefício<sup>13</sup>. Assim, o ato de doar sangue era entendido como um sentimento de troca, de favor, sendo as doações praticadas para o favorecimento e o incentivo material, práticas essas que colocavam em risco a segurança transfusional.

Com o intuito de transformar tais representações, era necessário desmistificar valores através da construção de uma cultura do doar sem o favorecimento. Surge então, em 1950, a Lei Federal 1075/50 que previa a doação voluntária e altruísta, porém, pouco interferiu no sentido de conter a prática e a ideia da doação como benefício, uma vez que a mesma não proibia as doações por remuneração e não estimulava a doação voluntária e altruísta<sup>13</sup>.

As mudanças no cenário político no Brasil, após o golpe militar, na década de 60, desencadearam, por parte do governo brasileiro, certa apreensão com a segurança nacional, pois não havia reserva hemoterápica no país em caso de um conflito armado. A partir disso, surgiu a necessidade de estabelecer uma política de coordenação das atividades hemoterápicas, de forma a considerar o sangue como uma questão a ser priorizada pelo Estado<sup>14</sup>. Foi, portanto, a partir de 1980, quando já havia uma forte discussão no país acerca da Reforma Sanitária, que se evidenciou uma preocupação mundial sobre a segurança do sangue, em decorrência do surgimento de doenças infecciosas como a AIDS e da proliferação de doenças transmissíveis via transfusão sanguínea<sup>15</sup>.

Com a promulgação da Constituição Federal, foi estabelecida uma política pública do sangue, que proibia as remunerações aos doadores, bem como todas as atividades vinculadas ao comércio do sangue, formalizando os princípios essenciais para a doação de sangue no Brasil, com enfoque na doação voluntária e não remunerada, como ato de solidariedade e altruísmo<sup>13</sup>. Assim, o ato de doar sangue passou a ser entendido como um comportamento pró-social, praticado com o objetivo de beneficiar outra pessoa, como um gesto de altruísmo<sup>8</sup>.

Assim sendo, as doações foram classificadas quanto ao seu tipo, podendo o indivíduo doar para atender à necessidade de um paciente, amigo ou familiar, configurando o que é chamado de doação por reposição, de forma a repor o estoque de componentes sanguíneos dos serviços; e também a doação feita por pessoas que são motivadas por um gesto de altruísmo, uma vez que doam sem o conhecimento prévio de um receptor, sendo classificada como doação espontânea<sup>16</sup>. Assim como as doações, também se classificou o tipo de doador: há os de repetição, que realizam duas ou mais doações no período de doze meses; e o doador esporádico: doador que repete a doação após intervalo superior a doze meses da última doação<sup>16</sup>.

Atualmente, muitas conquistas têm sido atribuídas à hemoterapia, mundialmente, evidenciando importantes avanços na segurança e qualidade do sistema hemoterápico, por meio da reestruturação dos serviços, legitimação da doação de sangue como ato voluntário, altruísta e não remunerado, e pelo avanço tecnológico<sup>17</sup>. A evolução tecnológica proporciona a realização de procedimentos terapêuticos de alta complexidade, ocasionando uma demanda maior para utilização de hemocomponentes. Somada a essa questão, o aumento da violência e as

mudanças no perfil epidemiológico da população também ratificam a alta demanda por sangue e hemocomponentes<sup>18</sup>.

Nesse sentido, ao passo que os avanços tecnológicos representam perspectivas promissoras de desenvolvimento, as doações sanguíneas não acompanham o aumento da demanda por transfusões, uma vez que ainda não foi encontrada matéria-prima que, em sua totalidade, possa substituir o tecido sanguíneo para fins terapêuticos<sup>3</sup>.

Face ao exposto, torna-se imprescindível a participação da população na doação de sangue, de forma a possibilitar a manutenção satisfatória dos estoques e impedir que a demanda por transfusões seja superior à sua reposição<sup>19</sup>. Sobre tal, estudos apontam que os serviços de hemoterapia, buscando aumentar o número de doações, devem desenvolver estratégias para conhecer as necessidades, percepções e comportamento dos doadores, em seus contextos socioculturais, para assim, enfrentar os desafios imbuídos na captação de doadores<sup>10,11,18</sup>.

### 3.2 COMPORTAMENTO DE DOAÇÃO

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”<sup>20</sup>. 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 corresponsáveis por seus atos<sup>12</sup>.

Também devem ser considerados, para traçar estratégias e aumentar a captação de doadores, aspectos que estão relacionados a atitudes e valores de um indivíduo. O estudo das condutas generosas configura o que é chamado de comportamento pró-social, sendo conceituado como qualquer ato praticado com o

objetivo de beneficiar alguém. O altruísmo é um exemplo de comportamento pró-social, sendo entendido como qualquer ato que beneficie alguém, mas sem trazer qualquer benefício para o indivíduo que o pratica e que, geralmente, envolve um custo pessoal para o indivíduo altruísta<sup>8</sup>.

O comportamento altruísta parte de dois princípios gerais: reforçamento e modelação. O princípio do reforço ressalta que um indivíduo repete e fortalece os comportamentos que resultam em consequências positivas. Um exemplo disso são as crianças que aprendem a ajudar os outros quando são recompensadas por seus comportamentos pró-sociais. O princípio da modelação pressupõe que as pessoas também aprendem a ajudar pela observação de modelos altruístas<sup>8</sup>.

Nesse sentido, a ciência vem buscando entender o motivo pelo qual o comportamento altruísta existe, ou seja, descobrir que valores podem estar relacionados ao altruísmo. A psicologia apresenta os valores humanos como um construto social, o qual fundamenta o entendimento de muitos fenômenos sociopsicológicos<sup>21</sup>.

A teoria funcionalista dos valores tem se mostrado como modelo para se pensar sobre os valores humanos, ao apresentar uma concepção integradora e parcimoniosa sobre tais<sup>21</sup>. Essa teoria apresenta duas principais funções dos valores: a primeira se refere aos valores que guiam as ações do homem, denominada de eixo de orientação e a segunda relaciona-se aos valores que expressam as necessidades básicas do homem, denominada eixo de motivação<sup>9</sup>.

O eixo de orientação relaciona-se ao tipo de orientação, podendo ser social, central e pessoal. Esse eixo sugere que as pessoas guiadas por valores sociais são centradas na sociedade, com ênfase nas relações interpessoais. Em contrapartida, aquelas guiadas por valores pessoais são egocêntricas, possuindo um foco intrapessoal. A partir dessa teoria, entende-se que as pessoas tendem a enfatizar o grupo (valores sociais) ou elas mesmas (valores pessoais). Entretanto, existe um terceiro grupo de valores que não se relaciona diretamente com valores sociais ou pessoais e, sim, expressa as necessidades mais básicas e as de ordem superior, sendo assim denominado de valores centrais<sup>22</sup>.

Sobre o eixo de motivação, este é representado pelos valores materialistas ou idealistas. Os valores materialistas sugerem uma orientação para metas específicas e regras normativas. Indivíduos guiados por estes valores tendem a pensar em condições de sobrevivência mais biológicas, priorizando sua própria existência. No

entanto, os valores idealistas expressam uma orientação universal, baseada em ideias e princípios mais abstratos<sup>22</sup>.

A partir das interações dos valores entre esses dois eixos, identificam-se subfunções e cada uma é representada por valores específicos. Tais subfunções, citadas a seguir, são representadas por seus valores entre parênteses: experimentação (emoção, prazer e sexo), realização (êxito, poder e prestígio), interação (afetividade, apoio social e convivência), normativa (obediência, religiosidade e tradição), existência (estabilidade pessoal, saúde e sobrevivência) e suprapessoal (beleza, conhecimento e maturidade)<sup>9</sup>. Desta forma, pela análise dessas subfunções, a teoria funcionalista busca explicação para constructos como o altruísmo e constitui-se como uma ferramenta importante para compreender o comportamento humano<sup>9</sup>.

Para tanto, considerando o ato de doar sangue como uma ação altruísta e de extrema importância para a sociedade, torna-se relevante identificar os fatores que influenciam o comportamento de doação, a partir de valores individuais que podem estar atribuídos ao comportamento altruísta e, desta forma, inferir sobre o porquê algumas pessoas se tornam doadores e outras não. Assim, essa investigação possibilita a construção de estratégias para promoção do aumento na captação de doadores de sangue.

### 3.3 ESTRATÉGIAS PARA CAPTAÇÃO DE DOADORES

Ao se pensar em estratégias para aumentar os índices de doação de sangue, utiliza-se a captação de doadores como uma atividade voltada à conscientização 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<sup>11</sup>. 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<sup>20</sup>.

Também se verifica elementos que interferem na conscientização das pessoas acerca da doação de sangue, tais como o medo, preconceitos, mitos, dúvidas e desinformação<sup>3</sup>.

Nesse sentido, visando a construção de estratégias que possibilitem repensar a captação de doadores, tornou-se necessário lembrar a amplitude do conceito de saúde, reportando-se à educação como uma estratégia capaz de imprimir novos conceitos e hábitos; e contribuir para que os sujeitos se tornem também corresponsáveis pela sua saúde<sup>12</sup>.

O processo educativo é estabelecido por tendências de pensamento, as quais determinam as metodologias pedagógicas que repercutirão na compreensão, discussão e na ação das pessoas. Dessa forma, as tendências filosóficas que orientam a prática pedagógica nos processos de captação de doadores são definidas por 3 tipos: convencional, progressista e libertadora. A tendência convencional apresenta um enfoque autoritário e rígido, com caráter normativo e apelativo, em que se exemplifica pelas doações de reposição, que são solicitadas às pessoas que serão submetidas a procedimentos cirúrgicos<sup>23</sup>. Essa tendência é vista como autoritária e normativa, uma vez que os indivíduos que doam nessas ocasiões são motivados pela insegurança e pelo medo que seus familiares deixem de realizar o procedimento pela falta de sangue. Do mesmo modo, justifica-se tal tendência visto que as instituições de saúde precisam se comprometer com a garantia de um estoque adequado, visando a segurança do paciente.

A tendência pedagógica progressista é exemplificada pela dispensa do trabalho que o doador tem direito, uma vez que tem a sua participação de forma limitada, considerando a intencionalidade dos indivíduos que visam à doação como um apelo por um dia de folga. Esse doador é motivado pelo benefício da folga e não por compreender a real importância desse gesto<sup>23</sup>.

Já a tendência pedagógica libertadora promove nos sujeitos a corresponsabilidade pela saúde, incorporando conceitos de cidadania, ética, justiça e solidariedade, de forma a empreender a educação como uma ferramenta a despertar nos indivíduos a consciência individual e coletiva. As estratégias com características pedagógicas libertadoras levam em conta os fatores que motivam uma doação de sangue, bem como os motivos que dificultam uma doação, para que ações possam ser propostas a partir das diferentes percepções que os indivíduos apresentam. Assim, o entendimento dessas características faz-se necessário para o planejamento

de estratégias libertadoras, que priorizam a realidade e o contexto social dos indivíduos e que despertem a reflexão e a crítica, a partir de diferentes linguagens, de modo a estabelecer uma cultura de doação de sangue<sup>23</sup>.

Também deve ser considerado para a captação de doadores, o envelhecimento populacional, ou seja, indivíduos que não se enquadram nos critérios de doação, pela idade avançada; o que evidencia a necessidade de estratégias educativas junto às crianças e jovens, para a sensibilização desse segmento da sociedade quanto à importância da doação de sangue<sup>3</sup>. As estratégias educativas devem identificar - a partir da percepção dos indivíduos - os motivos que os levam a doar sangue, os valores que estão imbuídos nesse processo e os fatores que dificultam às doações, para assim, propor ações e intervenções, de forma a atribuir mudanças no pensamento e na ação dos sujeitos<sup>23</sup>.

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<sup>3</sup>.

Os achados na literatura, acima mencionados, reiteram os objetivos da presente pesquisa, em que se apresenta, como objetivo específico e produto do mestrado profissional, a elaboração de uma intervenção educativa. Pretende-se, com tal intervenção, incentivar as doações de sangue, ao se considerar os aspectos motivadores, dificultadores e de valores pessoais que influenciam o comportamento de doação e, assim, contribuir para a construção de um futuro mais solidário acerca da doação de sangue no país. O tipo de intervenção educativa elaborado foi definido ao longo da pesquisa, conforme os resultados encontrados.

## 4 MÉTODO

Apresenta-se, a seguir, o método que norteou a execução da pesquisa.

### 4.1 DELINEAMENTO DO ESTUDO

Foi desenvolvido um estudo exploratório, prospectivo, com abordagem mista. A pesquisa exploratória proporcionou, através da imersão do pesquisador no contexto, uma visão geral do problema considerado, contribuindo para a focalização de questões e a identificação de informantes e outras fontes de dados<sup>24</sup>.

Utilizou-se uma abordagem mista por reconhecer a integração dos enfoques quantitativos e qualitativos na operacionalização da pesquisa aplicada, permitindo tanto identificar e explicar as relações entre os objetos e os resultados alcançados no recorte específico em avaliação, quanto compreender em profundidade o significado dessas relações, buscando um equilíbrio entre esses dois aspectos<sup>25</sup>.

### 4.2 CENÁRIO DO ESTUDO

O estudo foi realizado no Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA), empresa pública e universitária, de direito privado, que integra a rede de hospitais universitários do Ministério da Educação (MEC) e vinculado, academicamente, à Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Essa instituição tem como missão ser referência em saúde, prestando assistência de excelência, formando e agregando pessoas de alta qualificação. Compromete-se a assistir uma clientela formada, prioritariamente, por pacientes do Sistema Único de Saúde – SUS<sup>26</sup>.

O Serviço de Hemoterapia, cenário deste estudo, presta assistência a pacientes adultos e pediátricos, portadores de doenças onco-hematológicas, que necessitam transfundir hemocomponentes e realizar procedimentos hemoterápicos. O Serviço também é responsável pela triagem de candidatos à doação e pela coleta de sangue dos indivíduos aptos à doação de hemocomponentes. Tais dados retratam a dificuldade em manter um estoque regular, uma vez que as transfusões demandam tipos sanguíneos, fracionamentos e utilização diferentes. A captação de doadores neste serviço é realizada pelo Serviço Social, que desenvolve ações de captação com

familiares de pacientes internados e ambulatoriais e faz contato telefônico com doadores do serviço, convidando-os a doar.

Nesta pesquisa, foram realizados dois estudos com o objetivo de identificar os fatores que influenciam os indivíduos a doarem sangue, quanto a aspectos motivadores, dificultadores e de valores pessoais, assim como identificar estratégias eficazes para a captação de doadores, a partir de uma abordagem quantitativa e qualitativa.

### 4.3 ESTUDO I

Neste estudo foi utilizada a abordagem quantitativa, em que identificou fatores motivadores, dificultadores e valores pessoais que estão associados ao comportamento de doação, assim como identificou estratégias de captação de doadores de sangue que os participantes perceberam como mais eficientes para motivar seu comportamento de doação de sangue, buscando compreender tais fenômenos em profundidade.

#### 4.3.1 Participantes do Estudo

Foram convidados a participar desta pesquisa indivíduos que já haviam doado sangue, pelo menos uma vez, e indivíduos que nunca doaram. Esses foram selecionados conforme os critérios descritos a seguir.

#### 4.3.2 Critérios de Inclusão e Exclusão

Utilizou-se como critérios de inclusão para a pesquisa as seguintes condições: indivíduos doadores de sangue e não doadores que aceitaram participar do estudo, com idade igual ou maior a 18 anos, residentes na região sul do país (Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná). Para o grupo de doadores de sangue, foram incluídos apenas aqueles que realizaram, ao menos, uma doação de sangue. Foram excluídos indivíduos, doadores e não doadores, que apresentaram algum impedimento prévio definitivo para realizar uma doação de sangue, tais como: hepatite após os 11 anos de idade, sem comprovação laboratorial; indivíduos com peso abaixo de 50Kg; e outras inaptidões, conforme determinado pela Portaria nº 158, de 4 de fevereiro de

2016<sup>16</sup>. Os participantes foram questionados sobre impedimentos prévios, que fosse de seu conhecimento e, considerando sua resposta, foram incluídos ou excluídos do estudo.

#### 4.3.3 Método de seleção dos participantes

A seleção dos participantes do estudo I foi definida por amostra probabilística, sendo a seleção dos participantes por conveniência. A amostragem de probabilidade, envolve a seleção randômica da população, gerando amostras mais representativas, permitindo estimar a magnitude do erro de amostragem<sup>28</sup>. Na amostragem por conveniência, os participantes são as pessoas mais acessíveis de uma população, sendo selecionadas porque estão prontamente disponíveis.

O cálculo amostral baseou-se no universo de doadores de sangue no Brasil, sendo 1,9% da população, e no senso demográfico do país, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>29</sup>. Utilizou-se o programa Epi-Info para o cálculo de tamanho amostral, considerando-se uma prevalência de 50%, um erro máximo tolerado de + 3% e um nível de confiança de 99%. A amostra calculada para o estudo foi de 800 indivíduos, sendo 400 indivíduos doadores de sangue e 400 não doadores.

Como amostra de conveniência, a pesquisa foi realizada mediante a obtenção de dados primários coletados por meio de uma enquete, sendo disponibilizada para indivíduos que já haviam realizado uma doação de sangue e também àqueles que nunca o fizeram.

Para o grupo de doadores – também foram convidados a participar do estudo, indivíduos que se candidataram para doação de sangue no Serviço de Hemoterapia do Hospital de Clínicas de Porto Alegre, através de uma abordagem pessoal. O mesmo procedimento foi realizado para o grupo de não doadores, em que também foram convidados a participar da pesquisa, indivíduos que nunca doaram sangue e que estiveram nas dependências do Hospital de Clínicas de Porto Alegre, como familiares de pacientes que transfundem no Ambulatório de transfusão do Serviço de Hemoterapia; familiares de pacientes internados; indivíduos que frequentam a Unidade Básica de Saúde do Hospital; e até mesmo funcionários que nunca doaram sangue.

#### 4.3.4 Coleta de Informações

As informações foram coletadas individualmente, por meio de um questionário que contemplou questões objetivas, sobre os aspectos motivadores, dificultadores e de valores pessoais que influenciam o comportamento de doação de sangue (APÊNDICE C e D). Também foi utilizado como instrumento de coleta de dados a aplicação de duas escalas: o Questionário de Valores Básicos e a Escala de Altruísmo, formulados em escala likert. Os participantes foram convidados a participar da pesquisa, de forma presencial, no Hospital de Clínicas de Porto Alegre. Aos participantes que não puderam responder os questionários e a escala, no momento, foi oferecida a oportunidade de responder via plataforma *surveymonkey*, bem como se disponibilizou o questionário para o público em geral, por meio de mídias sociais, como *facebook*, convidando os indivíduos a participar do estudo. A aplicação dos instrumentos de coleta foi realizada pelo pesquisador e por pessoas que auxiliaram na coleta das informações.

O Questionário dos Valores Básicos (QVB) compreende uma medida objetiva dos valores humanos. Considera-se aqui a versão composta por 18 itens, ou valores específicos, distribuídos equitativamente nas seis funções psicossociais anteriormente descritas na página 14. Estes itens são respondidos em escala de 7 pontos, com os seguintes extremos: pontuação 1, que representa: *Nada importante* e pontuação 7, que representa: *Muito importante*<sup>30</sup>.

A escala de altruísmo<sup>31</sup> é composta por 20 itens, estes agrupados em três fatores. O primeiro fator é denominado **ajuda ou auxílio** e descreve comportamentos relacionados à disposição que o respondente do instrumento apresenta para ajudar pessoas que necessitam de algum apoio. A consistência interna desse fator foi de 0,80. O segundo fator, denominado **custo pessoal**, considera a tendência em auxiliar, mesmo que isso represente algum custo no processo. O índice de consistência foi de 0,78. O terceiro fator: **bem estar do próximo**, avalia a propensão do respondente para se preocupar com o bem estar do próximo. Sua consistência interna foi de 0,81<sup>31</sup>. Os itens são respondidos em escala de 5 pontos, com os seguintes extremos: pontuação 1, que representa que o item é sempre falso e pontuação 5, que representa que o item é sempre verdadeiro. Para situações em que ele não é completamente falso ou completamente verdadeiro a pontuação varia entre 2, 3 ou 4, sendo que 3 é uma posição neutra<sup>31</sup>.

A coleta das informações ocorreu durante os meses de fevereiro de 2017 a abril de 2017. A aplicação do questionário e das escalas levou cerca de 7 minutos.

#### 4.3.5 Caracterização dos Participantes

Foram aplicados 888 questionários, dos quais 785 respondidos através da plataforma surveymonkey e 103 por meio de questionários impressos, auto preenchidos. Do total, 171 não se enquadraram nos critérios de inclusão da pesquisa, por apresentarem impeditivos definitivos à doação de sangue e também por não residirem na região sul do Brasil. A amostra do estudo I constituiu-se, então, de 717 questionários válidos.

Analisando os resultados quanto ao sexo, observou-se uma predominância, entre os participantes, do sexo feminino, compondo 79,4% da amostra e 20,6% compondo o sexo masculino. Diante de uma faixa etária amostral consideravelmente extensa e heterogênea, buscou-se, para além de identificar a idade média da população, constituir grupos etários, compreendendo idades entre 18 a 24 anos, 25 a 40 anos e acima de 40 anos. Para isso, utilizou-se como referência as categorizações utilizadas pelo DIEESE - Departamento Intersindical De Estatísticas e Estudos Socioeconômicos<sup>27</sup>. Concluiu-se então, que a média de idade entre os participantes foi de 36,96 anos, com desvio padrão de 10,60. A faixa etária preponderante foi entre 25 e 40 anos, representando 57,3% da amostra. A faixa acima de 40 anos correspondeu a 32,8% e a faixa etária de 18 a 24 anos equivaleu a 9,9%.

Em relação à escolaridade, o nível com pós-graduação teve maior representação entre os participantes, com 37,8%, seguido pelo ensino superior, médio e fundamental, com respectivamente, 33,1%, 27,3% e 1,8%.

Quanto à renda média familiar, para melhor representatividade, esse grupo fora reduzido em 5 categorias, sendo elas: (1) R\$ 500 a R\$ 1.500; (2) R\$ 1.501 a R\$ 3.000; (3) R\$ 3.001 a R\$ 4.500; (4) R\$ 4.501 a R\$ 7.000 e (5) Acima de R\$ 7.000.

Grande parte da amostra apresentou renda média familiar acima de R\$ 7.000, correspondendo a 38,6%. Apenas 4,7% dos participantes apresentam renda média familiar entre R\$ 500 a R\$ 1.500. As categorias 2, 3 e 4 traduziram a amostra em 15,9%, 16,3% e 24,4%, respectivamente.

#### 4.3.6 Análise das Informações

Os resultados obtidos na avaliação do questionário e das escalas aplicadas tiveram tratamento quantitativo, sendo para isso utilizado *software* SPSS, versão 22.0. Foram testadas diferenças entre as variáveis investigadas e suas possíveis correlações nos dois grupos de participantes (doadores e não doadores); sendo verificado o tamanho de efeito das diferenças encontradas. Considerando-se os dados da literatura sobre captação de doadores de sangue, foram investigadas as relações entre os índices de altruísmo (apoio/auxílio, custo pessoal e bem estar alheio) com as características sociodemográficas (sexo, religião e idade) e valores pessoais (Interacional, Suprapessoal, Existência, Experimentação, Realização e Normativo). Foram realizadas análises de Teste T de *Student*, para verificar as diferenças nos índices das dimensões altruísmo e valores pessoais por Doadores e Não Doadores e por doação espontânea e Doação por Reposição. Também foram analisadas as diferenças entre os grupos de faixa etária (18 a 24 anos, 25 a 40 anos e acima de 40 anos) e religião (Católica, Evangélica, Espírita, Ateu, Outros e Não Informado).

Assim, a partir da análise do material coletado foi possível identificar os fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue, quanto a aspectos motivadores, dificultadores e de valores pessoais, em relação a doadores e não doadores. Tais achados, que serão apresentados na seção dos Resultados, subsidiaram a proposição de estratégias para captação e fidelização de doadores de sangue e contribuíram para a elaboração de uma intervenção educativa.

#### 4.4 ESTUDO II

Realizou-se uma pesquisa qualitativa que objetivou aprofundar os achados do estudo I e identificar os fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue, quanto a percepção dos participantes sobre motivações e dificuldades, bem como identificar estratégias de captação de doadores de sangue.

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<sup>32</sup>.

#### 4.4.1 Participantes do Estudo

Foram convidados a participar desta pesquisa indivíduos que já haviam doado sangue, pelo menos uma vez, e indivíduos que nunca doaram; os quais foram distribuídos equitativamente em dois grupos: doadores e não doadores. Os indivíduos foram selecionados conforme os critérios descritos a seguir.

#### 4.4.2 Critérios de Inclusão e exclusão

Foram utilizados como critérios de inclusão para a pesquisa as seguintes condições: indivíduos doadores de sangue e não doadores que aceitem participar do estudo, com idade igual ou maior a 18 anos. Para o grupo de doadores de sangue, foram incluídos apenas aqueles que realizaram, ao menos, uma doação de sangue.

Foram excluídos indivíduos que apresentam algum impedimento prévio definitivo para realizar uma doação de sangue, tais como: hepatite após os 11 anos de idade, sem comprovação laboratorial; indivíduos com peso abaixo de 50Kg; e outras inaptidões, conforme determinado pela Portaria nº 158, de 4 de fevereiro de 2016<sup>16</sup>. Os participantes foram questionados sobre impedimentos prévios, que eram de seu conhecimento e, considerando sua resposta, foram incluídos ou excluídos do estudo.

#### 4.4.3 Método de seleção dos participantes

A seleção dos participantes do estudo II foi definida por amostra de conveniência. Na perspectiva de Minayo<sup>32</sup>, a amostra ideal é aquela que torna possível a total abrangência do problema investigado em suas múltiplas dimensões, não havendo necessidade de representatividade estatística. Para o grupo de doadores, foram convidados a participar indivíduos que se candidatarem para doação de sangue no Serviço de Hemoterapia do Hospital de Clínicas de Porto Alegre. Para o grupo de não doadores, foram convidados a participar da pesquisa indivíduos que nunca doaram sangue e que estiverem nas dependências do Hospital de Clínicas de Porto Alegre, como familiares de paciente que transfundem no Ambulatório de transfusão do Serviço de Hemoterapia; familiares de pacientes internados ou até

mesmo funcionários do hospital que nunca doaram sangue. Os participantes do Estudo II não foram incluídos no Estudo I.

Estimou-se, inicialmente, a participação de vinte sujeitos, 10 doadores e 10 não doadores. No entanto, 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 orientador 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<sup>32</sup>.

#### 4.4.4 Coleta de Informações

As informações foram coletadas individualmente por meio da técnica de entrevista semiestruturada, composta por questões abertas, envolvendo questões sobre o perfil do indivíduo doador de sangue, quanto a aspectos motivacionais para doação de sangue e aspectos dificultadores para tal (APÊNDICES E e F). A entrevista permite obter, a partir do trabalho de campo, dados objetivos, ou concretos, e dados subjetivos que refletem diretamente as atitudes, crenças, valores e opiniões do entrevistado, e tem potencial para traduzir “fatos sociais”, a partir do caráter histórico e social da fala<sup>32</sup>. Nas perguntas abertas, o entrevistado tem a liberdade de se manifestar e discorrer sobre o tema proposto, sem as condições pré-fixadas pelo entrevistador<sup>32</sup>.

A coleta das informações ocorreu durante os meses de janeiro 2017 a março de 2017 e somente um pesquisador realizou as entrevistas, este possuindo experiência em abordagem qualitativa e aplicação de entrevistas semiestruturadas. As entrevistas com participantes do grupo de doadores e de não doadores foram realizadas em um consultório do Serviço de Hemoterapia, num período de tempo estimado em 30 minutos, mediante autorização do serviço e assinatura do TCLE pelos participantes. As entrevistas foram gravadas em equipamento de áudio (MP4) e posteriormente transcritas, na íntegra, para melhor compreensão do material. A aplicação das entrevistas semiestruturadas foi realizada, necessariamente, pelo pesquisador. Para garantir o anonimato e preservar a identidade dos sujeitos entrevistados, foram utilizados códigos iniciados pela letra **ED**, para identificar os entrevistados doadores e o código **END**, para os entrevistados não doadores; que

foram numerados conforme a ordem de realização das entrevistas (**ED1, ED2,..**), (**END1, END2...**).

#### 4.4.5 Caracterização dos participantes

Buscando traçar um perfil dos entrevistados, foram identificados dados que permitiram classificar os participantes quanto ao sexo, idade, escolaridade, religião e renda média familiar. Ao grupo de doadores, a idade média foi de 36,6 anos; quanto ao sexo: 4 participantes (67%) mulheres e 2 (33%) homens. Quanto à escolaridade: 5 (83%) participantes pós-graduados; 1 (17%) com Ensino Médio Completo e 1 (17%) com Ensino Superior. Sobre a religião: 3 (50%) participantes católicos; 2 (33%) espíritas e 1 (17%) evangélico. Quanto à renda média familiar: 2 (33%) participantes com renda média acima de R\$ 7.000; 2 (33%) com renda entre R\$ 4.500 a R\$ 7.000; 1 (17%) participante com renda entre R\$ 3.000 a R\$ 4.500 e 1 (17%) com renda entre R\$ 1.500 a R\$ 3.000.

Ao grupo de não doadores, a idade média foi de 35 anos. Quanto ao sexo: 5 (83%) participantes do sexo feminino e 1 (17%) do sexo masculino. Quanto à escolaridade: 3 (50%) participantes com Ensino Fundamental Completo e 3 (50%) com Pós-Graduação. Quanto à religião: 3 (50%) católicos, 2 (33%) espíritas e 1 (17%) afro-umbandista.

#### 4.4.6 Análise das Informações

Buscando compreender o significado das falas dos participantes do estudo, conforme prevê o paradigma de pesquisa qualitativa, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo do tipo temática, proposta por Minayo<sup>32</sup>. Operacionalmente, a análise temática desdobra-se em três etapas: Pré-análise, Exploração do material e Tratamento dos resultados obtidos e interpretação.

A fase de Pré-análise inicia a partir da transcrição do material coletado e consistirá na organização do conjunto de material de observação, organização dos relatos e dos dados de observação de acordo com a proposta analítica, de forma a orientar a interpretação. A classificação dos dados dar-se-á pela leitura exaustiva e repetida dos textos, uma leitura flutuante que permita captar a relevância e as ideias centrais dos relatos em foco<sup>32</sup>.

A Exploração do material caracteriza-se pela operação de codificação, na qual se trabalha primeiramente com recortes do texto em unidades de registros, que podem ser uma palavra, uma frase, um tema, como foi estabelecido na pré-análise. Posteriormente será realizada a classificação e a agregação das informações, escolhendo as categorias teóricas ou empíricas que comandarão a especificação dos temas<sup>33</sup>.

A etapa do Tratamento dos resultados obtidos e interpretação é aquela em que os dados brutos são submetidos a operações que permitem colocar em relevo as informações obtidas. Os dados serão revelados ao pesquisador dialogando com os referenciais utilizados, relacionando os sentidos reais dos participantes com a percepção do pesquisador, de forma a contribuir para a produção de significados<sup>32</sup>.

Assim, a partir da análise do material coletado, ao se identificar, entre os participantes, os fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue, quanto a aspectos motivadores, dificultadores e de valores pessoais, tais achados foram utilizados para aprofundar e contrapor os achados do estudo I, bem como subsidiaram a construção de uma intervenção educativa, a ser proposta como produto dessa dissertação

#### 4.5 ASPECTOS ÉTICOS

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<sup>34</sup>.

O projeto foi submetido à avaliação do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) do HCPA e para a apreciação da Comissão de Pesquisa da Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA), uma vez que a UFCSPA foi como co-partícipe. 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 RESULTADOS

Para melhor compreensão e análise dos resultados encontrados, no Estudo I e II, esses serão apresentados separadamente.

### 5.1 RESULTADOS ESTUDO I

Neste capítulo serão apresentados os resultados encontrados acerca de motivações, dificuldades e valores humanos que estão associados ao comportamento de doação de sangue, a partir de uma análise quantitativa e considerando participantes doadores e não doadores de sangue.

A distribuição dos participantes, em grupos de doadores e não doadores ocorreu para que se identificasse possíveis estratégias de captação, a partir da perspectiva de quem já doou e de quem nunca o fez. Sendo assim, dos 717 participantes, 467 (65,1%) já haviam doado sangue e 250 (34,9%) nunca doaram. Ao grupo de doadores, quando questionados sobre o principal fator que os motivou a fazer uma doação, 69,1% das respostas consideraram o auxílio ao próximo; 25,9% responderam que foram motivados a fazer uma doação pelo pedido de algum familiar ou amigo e 2,5% atribuíram sua motivação a campanhas sociais.

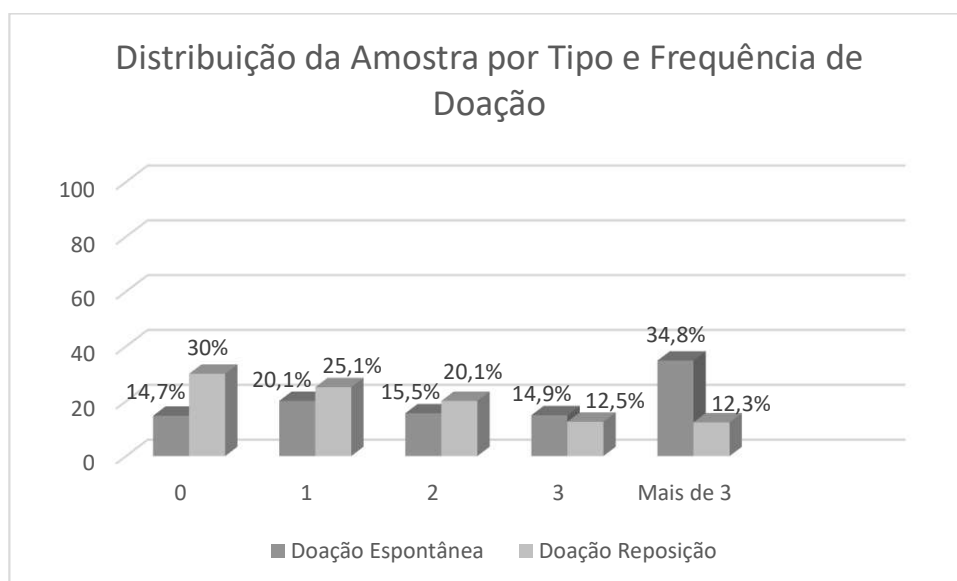
Da mesma forma, entre os não doadores, quando inquiridos sobre o principal fator que motivaria a realização de uma doação de sangue, verificou-se que 57,5% deles consideravam o auxílio aos necessitados como o principal fator; 38,9% a solicitação de um familiar ou amigo e apenas 1,6% consideraram as campanhas sociais como um fator motivador. Também 2% dos participantes associaram a motivação a outros fatores. Constata-se, assim, um percentual expressivo, representando mais da metade da amostra, em ambos os grupos, que consideraram o auxílio aos necessitados como principal motivação para doar. Observa-se, também, um percentual maior, entre os não doadores, que acreditaram que a solicitação de um familiar ou amigo é uma motivação para doar. Infere-se sobre tal consideração que àqueles que nunca doaram são mais motivados a fazer uma primeira doação quando solicitados, do que àqueles que já são doadores.

Quando questionados sobre o número de doações já realizadas até então, evidenciou-se que grande parte da amostra, 160 (34,6%) participantes já haviam realizado mais de 4 doações e 87 (18,8%) haviam realizado apenas 1. Entretanto, em

relação à frequência de doações, 330 (71,3%) participantes apontaram que não costumam fazer mais de uma doação ao ano. Isso demonstra que, muito embora a maioria dos participantes já tenha realizado mais de 4 doações, essas não são feitas de forma regular.

A Figura 1, relativa ao tipo e frequência de doações, demonstra que 30% dos participantes não fizeram nenhuma doação por reposição, apenas de forma espontânea; e 14,7% doaram somente por reposição. Nota-se, então, que 55,3% da amostra já realizaram doações de forma mista: espontânea e também por reposição. Observa-se que os indivíduos que doaram com maior frequência, doaram de forma espontânea, uma vez que 34,8% dos participantes que doaram espontaneamente, já doaram com frequência maior que 3 doações, enquanto que apenas 12,3% das doações por reposição são realizadas com frequência maior que 3. Verifica-se, também, que o maior percentual de doações por reposição relaciona-se com a frequência de uma (1) doação. Com isso, depreende-se de tais considerações que, à medida que aumenta a frequência de doações, diminui o percentual de doações por reposição. Assim, ao confrontar as doações realizadas de forma espontânea com as doações por reposição, compreende-se que os indivíduos que doaram com maior frequência, doaram de forma espontânea e os que doaram com menos frequência, doaram por reposição.

Figura 1 – Distribuição da Amostra de Doadores por Tipo e Frequência de Doação



FONTE: Resultados da pesquisa/ Elaborado pela pesquisadora

Também foi investigada a dificuldade enfrentada por doadores de sangue para realizar uma doação, em que se verificou que 187 (40,4%) participantes apontaram alguma dificuldade para doar. O maior inconveniente referido deu-se pela indisponibilidade de tempo para fazer uma doação, retratada por 21,2% da amostra; e o segundo maior, descrito por 19,6% dos participantes, foi em relação à flexibilidade dos horários de atendimento dos serviços. O medo da agulha e a dor durante a coleta também foram sinalizados, porém, representando uma pequena parcela de 2,2% e 2,7% respectivamente. O medo de contaminação do material utilizado durante a coleta do sangue foi apontado como um fator dificultador por apenas um participante. Mais da metade da amostra, 99 participantes (53,8%) indicaram outros fatores dificultadores, sendo, entre esses: as inaptidões temporárias como o fator mais citado, representando 34,3%; a ocorrência de reações pós doação, representando 24,2%; o acesso aos serviços também foi um fator assinalado como dificultador (14,1%), bem como a dificuldade de punção venosa (5%), entre outros.

As adversidades para realizar uma doação também foram referidas pelos não doadores, ao serem questionados sobre os motivos que os levaram a nunca ter realizado uma doação. Desses, 71 (28,7%) participantes alegaram a indisponibilidade de tempo e 65 (26,3%) apontaram o medo de agulhas como os principais fatores adversos. Motivos de saúde também foram apontados por 37 (15%) participantes, como um fator dificultador. Seis participantes (2,4%) expuseram que nunca doaram por desconhecerem a necessidade, assim como 6 (2,4%) participantes nunca doaram pelo medo de contaminação com o material utilizado. Fora questionado o motivo de não doação pelo reconhecimento da doação de sangue como algo não importante, porém, nenhum participante assinalou tal assertiva. Outros motivos foram levantados por 62 (25,1%) participantes não doadores, em que foram listados: inaptidões temporárias (30,6%), medo de reações pós-doação (14,5%), falta de interesse (17,7%), dificuldade no acesso aos serviços de hemoterapia (6,4%), rede venosa precária (4,8%), entre outros.

Ao considerar os dados acima expostos, acerca das dificuldades para a realização de uma doação, observa-se que, tanto para doadores quanto não doadores, o fator de maior dificuldade se refere à indisponibilidade de tempo. Cabe salientar também, a contraposição das respostas para o medo de agulha, entre doadores e não doadores. Esta se apresenta como segunda maior dificuldade enfrentada por não doadores, enquanto assume valores pouco significativos aos

doadores. Ambos os grupos, ao mencionarem outros motivos dificultadores, estabeleceram a mesma prioridade ao citarem as inaptidões temporárias e o medo de reações pós-doação. A dificuldade no acesso aos serviços também foi uma característica apontada pelos dois grupos.

Doadores e não doadores demonstraram, de forma expressiva, a confirmação da influência dos valores pessoais no comportamento de doação, em que 89,5% dos doadores e 87,9% dos não doadores, acreditaram que os valores pessoais estão relacionados ao ato de doar. O altruísmo foi apontado como o principal valor por 77,3% dos doadores e 77,4% dos não doadores, seguido pelo apoio social, aludido por 14,7% dos doadores e 18,4% dos não doadores, bem como o bem-estar, com 5,9% e 2,8%, entre doadores e não doadores, respectivamente. O prazer foi apontado como principal valor por uma parcela pouco significativa de doadores e não doadores. Corroborando às considerações acima reportadas acerca do altruísmo, verificou-se que doadores e não doadores não diferem estatisticamente no que concerne ao traço altruísta, uma vez que a média entre doadores foi de 78,36, com desvio padrão de 9,74, e entre não doadores, estabeleceu-se uma média de 77,39, com desvio padrão de 10,73.

Destaca-se, para fins de constatação que, ao analisar a relação entre altruísmo e religião, não foram encontrados dados significativos acerca dessa correlação, entre ambos os grupos.

Em relação aos valores humanos, buscou-se comparar as médias para cada subfunção valorativa em doadores e não doadores. Na Tabela 1 percebe-se que, muito embora haja pequenas variações nas médias, estas não diferiram estatisticamente entre si e entre os grupos. O valor que preponderou entre os grupos foi o de existência, seguido pelo valor interacional e suprapessoal. Os escores em altruísmo e valores humanos foram correlacionados separadamente. Nota-se que, entre os grupos, o padrão de associação entre valores e altruísmo foi o mesmo. Algumas subfunções parecem associadas ao altruísmo, sobretudo os valores de normativa, interativa e suprapessoal ( $p < 0,01$ ). O valor de normativa, com motivador materialista, apresentou correlação discretamente superior aos valores com motivação humanitária (interativa e suprapessoal). Constatou-se que as subfunções de experimentação e realização não se correlacionaram significativamente com as pontuações em altruísmo ( $p > 0,05$ ), no grupo de doadores e não doadores.

Tabela 1 – Médias, Desvio Padrão e correlações entre as subfunções valorativas, a escala de altruísmo e o tipo de doação, nos grupos de doadores e não doadores de sangue

<i>Subfunções Valorativas</i>	Altruísmo					r	Doação	Doação
	Doadores		Não Doadores		Espontânea		Reposição	
	M	DP	R	M	DP	r	r	
Experimentação	14,54	2,67	-0,07	14,20	3,01	-0,07	-0,05	0,03
Realização	13,70	2,83	-0,11	13,80	2,92	-0,11	-0,08	0,01
Existência	18,26	2,16	0,08*	18,45	2,09	0,08*	-0,10*	0,01
Suprapessoal	16,69	2,27	0,14**	17,09	2,10	0,14**	-0,03	-0,03
Interativa	17,46	2,29	0,23**	17,40	2,14	0,23**	-0,03	0,00
Normativa	15,26	3,29	0,26**	15,20	3,48	0,26**	-0,03	0,15**

\*p<0,05 \*\*p<0,01

M = média, DP = desvio padrão

Ainda sobre a tabela 1, procurou-se, também, correlacionar o tipo de doação às subfunções valorativas, de forma a averiguar se há alguma relação entre valores humanos nos indivíduos que doam de forma espontânea e por reposição. O que se verificou foi uma correlação significativa, porém, inversa em relação à subfunção de existência e doação espontânea. Igualmente, se identificou uma correlação significativa entre doação por reposição e a subfunção normativa. Posteriormente, foi analisado as correlações entre os tipos de doação e o caráter altruísta dos doadores, em que se evidenciou uma diferença significativa ( $p<0,05$ ) entre altruísmo e doação espontânea. Induz-se de tal confirmação que os indivíduos que doam de forma espontânea são mais altruístas do que àqueles que doam por reposição.

Ademais, analisou-se, a partir de faixas etárias, a relação entre altruísmo e determinados valores humanos, sem distinção quanto a doadores e não doadores. Em relação aos percentis do altruísmo, evidenciou-se que não há diferença entre as faixas etárias, sendo todos os participantes mais altruístas que 70% da população. Vale destacar que em todas as faixas etárias, o valor de Existência foi o mais valorizado; o que remete a essas pessoas uma característica mais central, do tipo pragmática, com orientação a partir de ideias, metas e regras.

Em contrapartida, a Tabela 2 demonstra que há diferenças entre as faixas etárias, com relação ao altruísmo e valores humanos, no que diz respeito ao comportamento. Repara-se que para os mais jovens a correlação é mediana e positiva apenas pela relação entre o valor Interacional e a dimensão Apoio-Auxílio do altruísmo. Ainda assim, verifica-se, a correlação negativa (embora fraca) entre a subfunção realização e altruísmo, especialmente nos fatores apoio auxílio e bem-estar alheio.

Para pessoas de 25 a 40 anos da amostra, o comportamento é diferente, uma vez que, parte dessas pessoas é motivada pelos valores humanitários e de orientação social, denominado Interacional. Diferente dos mais jovens, a força dessa relação é a mais forte (embora mediana) e positiva, com o altruísmo e todos os seus fatores. Os valores normativos são significativos para o comportamento de altruísmo também, embora sua correlação seja mais fraca. Igualmente, há pessoas nessa faixa etária que a correlação é negativa (embora fraca) entre realização e altruísmo, especialmente nos fatores apoio auxílio e bem-estar alheio. Também, os valores normativos se mostraram significativos para o comportamento de altruísmo. Já pessoas com mais de 40 anos apresentaram relação significativa apenas para a subfunção normativa, o que traduz que apenas o cumprimento do dever é significativo para o comportamento do altruísmo.

Tabela 2 – Matriz de Correlação entre subfunções valorativas, altruísmo e faixa etária, para doadores e não doadores

<i>Subfunções Valorativas</i>	Altruísmo	Apoio- Auxílio	Custo pessoal	Bem-estar alheio
<b>18 a 24 anos</b>				
Experimentação	-0,06	-0,05	-0,08	-0,04
Realização	-0,25*	-0,27*	-0,10	-0,26*
Existência	-0,03	-0,07	0,00	-0,09
Suprapessoal	0,06	0,03	0,04	0,04
Interativa	0,22	0,29*	0,09	0,18
Normativa	0,23	0,19	0,23	0,15
<b>25 a 40 anos</b>				
Experimentação	-0,07	-0,11*	-0,03	-0,06
Realização	-0,11*	-0,20**	-0,02	-0,11*
Existência	0,12*	0,17**	0,03	0,13*
Suprapessoal	0,21**	0,17**	0,17**	0,19**
Interativa	0,35**	0,31**	0,26**	0,33**
Normativa	0,28**	0,24**	0,26**	0,23**
<b>Mais de 40 anos</b>				
Experimentação	-0,07	-0,12	0	-0,09
Realização	-0,07	-0,12	-0,01	-0,06
Existência	0,08	0,12	-0,05	0,14*
Suprapessoal	0,05	0,04	0,05	0,05
Interativa	0,05	0,01	0,02	0,1
Normativa	0,22**	0,17*	0,18**	0,19**

\*p<0,05 \*\*p<0,01

A Tabela 3 apresenta a correlação entre as subfunções valorativas e estratégias de captação, nos grupos de doadores e não doadores. Repara-se que, entre doadores, determinou-se apenas uma correlação significativa entre campanhas e a subfunção normativa. O contato telefônico estabeleceu correlações entre valores de experimentação e realização. Palestras se correlacionam inversamente às subfunções de existência, suprapessoal e normativa. O contato por e-mail não se correlacionou de forma significativa com nenhuma das subfunções.

Tabela 3 – Correlações entre as subfunções valorativas e as estratégias de captação, nos grupos de doadores e não doadores.

Subfunções Valorativas	r				R			
	Doadores				Não Doadores			
	Campanhas	Telefone	Email	Palestras	Campanhas	Telefone	Email	Palestras
Experimentação	0,05	0,11*	-0,01	-0,00	-0,01	-0,02	-0,02	0,07
Realização	0,06	0,10*	-0,01	-0,00	-0,01	-0,03	0,08	0,02
Existência	0,03	-0,04	-0,01	-0,12**	-0,04	0,02	-0,04	-0,01
Suprapessoal	-0,01	0,06	-0,02	-0,12*	0,03	-0,00	-0,06	0,00
Interativa	-0,02	0,00	0,05	-0,09	0,00	-0,06	-0,04	-0,05
Normativa	-0,10*	-0,07	-0,03	-0,10*	-0,05	-0,01	-0,05	0,00

\*p<0,05 \*\*p<0,001

Ainda em relação à Tabela 3, constata-se que não houve nenhuma correlação significativa entre as subfunções valorativas e estratégias de captação, no grupo não doador. Por outro lado, as relações entre estratégias de captação e altruísmo são apresentadas na Tabela 4. Primeiramente, se comparou as médias para cada estratégia, em doadores e não doadores, em que se observou a estratégia com média maior, em ambos os grupos, o contato por e-mail, seguido pelo contato telefônico, campanhas e palestras. Evidenciaram-se correlações significativas nos dois grupos, no entanto, inversas. Entre os doadores, salienta-se que o contato por telefone, bem como as palestras não mobilizam os altruístas a doarem. E entre os não doadores, as estratégias envolvendo o contato por e-mail ( $p<0,01$ ) e palestras ( $p<0,05$ ) não são atrativas para os altruístas.

Tabela 4 – Média, Desvio Padrão e correlações entre as estratégias de captação e a escala de altruísmo nos grupos de doadores e não doadores

<i>Estratégias de captação</i>	Altruísmo					
	Doadores			Não Doadores		
	M	DP	r	M	DP	R
Campanhas	0,53	0,80	0,01	0,53	0,83	-0,12
Telefone	0,99	0,81	-0,10*	1,10	0,86	-0,07
Email	1,20	0,84	-0,08	1,39	0,82	-0,21**
Palestras	0,29	0,59	-0,10*	0,39	0,68	-0,13*

\*p<0,05 \*\*p<0,001

M = média, DP = desvio padrão

Finalmente, como pode ser verificado na Tabela 5, em relação às diferentes estratégias de captação identificamos que a combinação entre palestras e campanhas constituem as estratégias mais significativas entre os doadores. Da mesma forma, para esse grupo, o contato por e-mail, associado a campanhas e ao contato por telefone, também representaram correlações significativas.

Tabela 5 – Correlações entre as estratégias de captação, nos grupos de doadores e não doadores

<i>Estratégias</i>	R			r		
	Doadores			Não Doadores		
	Campanhas	Telefone	Email	Campanhas	Telefone	Email
Campanhas					0,15*	0,09
Telefone	0,01					
Email	0,12**	0,21**			0,25**	
Palestras	0,31**	0,06	0,12*	0,11	0,07	0,16*

\*p<0,05 \*\*p<0,001

Para os não doadores, a combinação entre o contato por e-mail e o telefônico se mostraram como as estratégias mais significativas, seguidas pela associação de

palestras e e-mail. A estratégia menos significativa revelou ser a junção de campanhas e telefone.

## 5.2 RESULTADOS ESTUDO II

A análise das entrevistas tornou possível o aprofundamento dos achados no estudo I e a formulação de categorias analíticas que ampararam a composição dos capítulos subsequentes, revelando informes acerca dos fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue, quanto a aspectos motivadores e dificultadores. Após leitura exaustiva, emergiram informações que suscitaram a construção de três categorias, sendo elas: (1) *percepções quanto a aspectos motivadores à doação de sangue*; (2) *percepções quanto a aspectos dificultadores à doação de sangue* e (3) *refletindo sobre estratégias de captação*.

### 5.2.1 PERCEPÇÕES QUANTO A ASPECTOS MOTIVADORES À DOAÇÃO DE SANGUE

Buscando superar os desafios imbuídos na captação de doadores, torna-se de suma importância identificar as necessidades e percepções dos indivíduos, em seus contextos socioculturais, de forma a estabelecer estratégias inovadoras e, com isso, atrair um número maior de doadores aos serviços.

A partir dos depoimentos coletados, foi possível observar aspectos que motivaram ou que motivariam a primeira doação e também aspectos que, segundo os participantes, motivam as pessoas em geral a doarem 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 que seguem:

Acho que é um ato de altruísmo, de poder ajudar a quem precisa. **ED2**

Um gesto altruísta, que tu está sendo solidário, ajudando o próximo e com bastante responsabilidade. **ED3**

Para mim eu acho que é um ato de amor, um ato simples, barato, para quem precisa e para quem a gente não conhece. **ED5**

Eu acho que, apesar de eu nunca ter doado, significa tu ajudar o próximo. Tu saber da importância de estar, não sei se salvando vida, mas talvez realmente ajudando uma pessoa que precisa, e não só uma pessoa em si, mas o sistema de saúde, porque o sistema de saúde precisa disso. **END5**

Infere-se, a partir das falas discorridas acima, que se faz presente a ideia de doação de sangue como auxílio ao próximo. 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, suas falas 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, como pode ser observado nas falas:

[...] sempre parece muito distante, aí quando a gente vê alguém compartilhando e pedindo, e se conhece esse alguém, aí a coisa começa a se aproximar um pouco mais. **ED4**

As pessoas só vão se dar conta da importância de doar, quando estiverem com algum familiar ou conhecido que precise. **ED1**

Nas ocasiões em que doei, foi porque pessoas precisavam e me pediram para doar. **ED6**

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 doarem 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. Tais considerações estão expressas nas seguintes falas:

Na teoria, o simples fato de ajudar alguém que precisa, já é um grande motivo para fazer essa doação. Mas, na prática, assim, na minha vivência, eu acho que o que me levaria é ter algum conhecido ou um familiar, amigo, numa situação de necessidade, que precisasse daquela doação. Aí, certamente, eu deixaria o medo de lado, enfim, para ajudar aquela pessoa. **END6**

Acho que o que mais me impactaria seria um paciente me pedindo, ou um convite para eu vir doar para tal pessoa, alguém me pedindo diretamente, acho que isso proporciona um impacto bem maior. [...] Se alguém me pedisse para doar, certamente eu faria um esforço maior. **END4**

Me motivaria a doar sangue eu acho que talvez um chamado [...], alguém falando que precisa ou até os próprios bancos de sangue, alguma coisa, algum lembrete que realmente me chamasse ao local. **END5**

Depreende-se do trecho abaixo a noção de doação como uma contrapartida, em que os entrevistados ressaltaram que o que motiva algumas pessoas a doar, é o sentimento de troca:

A gente sabe que têm pessoas que procuram o banco de sangue para ter uma contrapartida, alguém que precisa fazer algum exame no seu sangue, que precisa do resultado, ou alguém que necessita de um atestado de trabalho. **END3**

Também foi mencionada pelos entrevistados a motivação para realizar uma doação a partir de uma consciência social de auxílio ao próximo, em que os participantes reconhecem a impossibilidade de substituição do sangue humano, como pode ser verificado nas falas:

Eu entendo que é um ato que as pessoas têm que ter consciência da sua importância, que não há nada que substitua a doação de sangue [...] **ED3**

[...] doo porque vi a necessidade em ajudar uma pessoa, que isso era importante, até porque, a gente só consegue sangue através de uma doação de pessoa para pessoa, porque só ser humano pode doar para outra pessoa, não interessa a cor, a idade, a raça, o credo. **ED5**

Uma doação de sangue tem uma importância social muito grande, porque eu vejo que muitas pessoas necessitam [...] **END1**

Reconheço a importância social da doação de sangue porque é um material que não é fabricado né, então, a única fonte é a humana, se não tiver doadores, tu não vai ter como disponibilizar para as pessoas que estão necessitando. **END2**

À luz dos trechos acima descritos, compreende-se que, mesmo reconhecendo a importância social da doação de sangue, o conhecimento de que, somente através das doações é possível atender à demanda daqueles que necessitam, mesmo assim, isso não se confirma para um comportamento pró-doação, por parte dos não doadores. Sendo assim, considerando a participação de doadores e não doadores neste estudo, é possível presumir que, a motivação para uma doação está relacionada com algo particular dos indivíduos e que, mesmo os participantes reconhecendo a relevância e a necessidade de doações, isso não é suficiente para atrair a população a doar. Dessa forma as estratégias devem ser construídas a partir da reflexão sobre o que poderia ser utilizado para atrair individualmente as pessoas.

### 5.2.2 PERCEPÇÕES QUANTO A ASPECTOS DIFICULTADORES À DOAÇÃO DE SANGUE

Assim como os fatores motivacionais são aspectos de extrema relevância ao se pensar em estratégias de captação de doadores de sangue, as dificuldades enfrentadas pelos indivíduos para realizar uma doação também são fatores a serem considerados e que, para tanto, foram objetos de investigação desse estudo, ao se questionar os entraves que permeiam o ato de doar. Em relação aos participantes doadores, verificou-se que a maior dificuldade referida foi a falta de tempo e a pouca flexibilidade no horário de funcionamento dos serviços de hemoterapia. Isso é observado nas falas em que os entrevistados relatam que o horário de funcionamento dos serviços é o mesmo horário comercial, em que as pessoas estão trabalhando e que nem todos conseguem se ausentar:

Acho que o que dificulta é a correria da vida e, também o horário de funcionamento dos serviços, que coincide com o horário de trabalho das pessoas, porque no horário de almoço tu não consegue doar [...] **ED4**

Acho que a dificuldade dos horários de funcionamento do banco de sangue com o horário de trabalho das pessoas. **ED3**

A correria do dia a dia, sempre tem uma coisa, sempre surge algo para fazer naquele dia que tu te programa para doar. **ED6**

Um dos participantes também relacionou a falta de tempo com o tipo de doação, em que, pela rotina do dia a dia, as pessoas acabam doando mais quando existe a

necessidade de um parente ou amigo, para repor o estoque; do que de forma espontânea:

Com a correria da vida, as pessoas acabam vindo mais quando têm uma obrigação de doar para alguém, do que espontâneo mesmo. **ED1**

Também foi suscitado, entre doadores e não doadores, o desconhecimento das pessoas em geral sobre a carência de doações sanguíneas para atender a uma elevada demanda e que, algumas vezes, pelo próprio desconhecimento, as pessoas acabam procurando os serviços somente quando existe a necessidade de um parente ou amigo. Tais constatações são evidenciadas pelos trechos abaixo:

[...] o que dificulta também é que a grande maioria das pessoas não tem conhecimento sobre a real necessidade que existe. **ED3**

Às vezes acho que falta uma motivação emocional, por não ter algum familiar que necessite, por não se envolver com o que está acontecendo na volta e também por desconhecer a necessidade que existe em relação à doação. **END2**

E até, às vezes, as pessoas não têm esclarecimento, não sabem o quanto é importante uma doação de sangue. **END 4**

Infere-se, a partir dos trechos acima mencionados que é possível haver uma relação entre as doações por reposição e o desconhecimento por parte da população sobre a carência de doações sanguíneas, ou seja, as pessoas têm uma tendência a doar apenas quando são solicitadas, uma vez que desconhecem a real necessidade. O deslocamento e a ausência de estacionamento nos serviços também foram aspectos ressaltados pelos participantes como dificultadores à realização de uma doação sanguínea:

O que dificulta também é o deslocamento, porque às vezes, o banco de sangue não fica nem perto do trabalho, nem perto de casa. **END4**

A localização do banco de sangue também dificulta para as pessoas se deslocarem. [...] O estacionamento faz falta para o doador, a gente sente essa dificuldade. **ED1**

No grupo de não doadores, sobre os fatores dificultadores que influenciam as pessoas em geral a não doar, o medo foi o mais apontado: o medo da agulha, o medo de sentir dor e o medo de passar mal. Porém, quando questionados sobre o motivo

de nunca terem realizado uma doação, apenas dois participantes apontaram o medo como justificativa para tal.

### 5.2.3 REFLETINDO SOBRE ESTRATÉGIAS DE CAPTAÇÃO

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 relacionam isso com a mudança de cultura da nova geração que não fuma, como pode ser observado nas seguintes falas:

Quanto mais campanhas a gente faz, participa, mais aquilo vai se torando um hábito. Então, talvez, assim como essa geração que não fuma, por exemplo, porque, para nós, isso é uma coisa meio forçada ainda, porque viemos de uma geração que olhava a propaganda da Marlboro como uma coisa linda, de liberdade. Mas a geração de hoje já não consegue mais ter essa visão, porque aquilo já mudou, é um hábito né. **ED4**

Talvez uma divulgação maior seja importante, assim como têm campanhas para parar de fumar. Então, se aparecesse alguma coisa assim de doação de sangue em algumas coisas que as pessoas consomem, sei lá, uma pequena nota da caixa do leite, coisas assim que fizessem as pessoas verem mais e se lembrarem mais desse gesto de doação. **END5**

Igualmente, de forma a reiterar a fala acima discorrida, foi ressaltado pelos entrevistados a relevância de despertar na sociedade um sentimento de responsabilidade social, para que isso possa promover uma mudança de cultura em relação ao ato de doar sangue. Do mesmo modo, foram expostas pelos partícipes, estratégias de captação de doadores, não somente de forma a divulgar e a chamar indivíduos a doarem, mas estratégias envolvendo a educação, em que esses possam ser orientados de maneira adequada e possam compreender a importância que envolve o ato de doar e de todo o processo de doação, como observado nas falas:

Até existem propagandas na televisão, no rádio, mas às vezes, também é preciso educar mais as pessoas sobre esse tema. **END1**

Então, se talvez a doação de sangue se tornasse uma coisa mais, assim, mais questão educacional mesmo. Essa coisa de despertar a responsabilidade social como algo educacional, talvez isso fizesse a diferença. **ED4**

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. Isso é percebido nas mensagens abaixo:

O que eu acho que sensibilizaria também as pessoas para doar seriam campanhas escolares, que pudessem sensibilizar as crianças, para levar esse assunto para ser discutido nas famílias. **END2**

Uma estratégia que poderia ser implementada seriam campanhas nas escolas, acho que isso falta muito. **ED5**

De repente, implementar uma forma de educar, desde o colégio, salientando a importância de se doar sangue [...] acho que isso poderia vir desde a sala de aula. **END1**

As falas supracitadas argumentam a favor da 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 fora mencionado a importância de se divulgar sobre a carência que os serviços de hemoterapia enfrentam para dar conta de uma demanda de transfusões. Observa-se tal apontamento nas falas que seguem:

Eu acho que uma estratégia que tem que ser aprimorada é a questão das campanhas, não só de captação, mas de sensibilização né, de mostrar a questão da necessidade de quem precisa, às vezes as pessoas não têm noção de quem precisa, de que é uma criança, um adulto, um recém-nascido. Acho que essa sensibilização pode melhorar, em uma questão geral. **END2**

[...] mas eu entendo que, principalmente, deve ocorrer uma divulgação esclarecendo para a grande população que é necessário que um estoque seja mantido para atender as demandas de outras pessoas que talvez nem saibam que irão precisar, né. [...] então é mais nesse sentido, de ter uma visão mais abrangente que a gente precisa, que tem que haver uma troca, para que alguém receba, é necessário que tenha uma doação prévia, um estoque com uma margem de segurança para que todos que venham a precisar, sejam atendidos. **END3**

Porque se fosse mais divulgado, assim, a necessidade, eu acho que por parte de uma conscientização das pessoas, se tivesse mais divulgação, se fosse uma divulgação mais ampla, mais clara, eu acredito que as pessoas se mobilizariam mais para poder doar e isso ajudaria muito mais, o banco não estaria sempre no limite né. **ED1**

Olha, eu acho que, num contexto de humanidade, é bem aquela coisa que as pessoas sentem medo quando a água bate, sabe, então eu acho essa coisa de ter pessoas próximas, que realmente precisam desse sangue, faz com que todo mundo se mexa, se mobilize e busque mais. Então acho que essa necessidade é importante que seja divulgada. **ED4**

Os relatos acima citados remetem à importância da divulgação sobre a real necessidade de doações, para que os indivíduos possam ter ciência dessa carência e, assim, através da divulgação, poder sensibilizar as pessoas a realizarem doações de forma espontânea. Foi declarado por um dos entrevistados, não doador que, muito embora as pessoas tenham consciência sobre o quão significativo seja o ato de doar, além disso, é preciso ver uma forma dessa consciência poder influenciar na prática da doação. Tal declaração vai ao encontro do que muitos participantes relataram, ao terem consciência da importância, mas mesmo assim, reconhecem que isso não promove a sensibilização a ponto de fazê-los doar. Para tanto, muitos dos sujeitos do estudo relataram que o desenvolvimento de ações mais próximas dos serviços com os indivíduos, como o envio de mensagem convidando para uma doação, ou um lembrete do banco de sangue informando que o doador já está apto a fazer uma nova doação; que esse tipo de ação sensibilizaria ainda mais e justificam isso, uma vez que muitas pessoas não doam, porque ninguém as solicita e, assim, acham que não há necessidade:

Eu acho, hoje, que o contato telefônico, uma rede social, email, whatsapp, o pedido direto sabe, do serviço. Acho que um contato mais próximo assim, acho que seria mais fácil as pessoas virem. **END4**

Uma divulgação mais objetiva sobre o ato de doar sangue também foi uma estratégia sinalizada pelos participantes, doadores e não doadores, como algo a sensibilizar, principalmente, aqueles que não doam, porque sentem medo:

Eu acho que uma divulgação explicando que as reações são raras [...] tenho esse medo. As campanhas focam no ato de doar, mas também devem demonstrar que uma doação não traz nenhum risco, que o material é estéril, descartável. Então, acho que deveria ser divulgado a forma como ela é realizada e não só solicitar o sangue, para tirar esse fantasma. **END2**

De repente fazer campanhas mais voltadas para dizer o que pode acontecer, como tu vais sentir durante uma doação, para dizer se tu vai passar mal, que vai ter um amparo. Coisas assim, mais esclarecedoras sobre a doação. **END6**

Olha, eu acho que tem gente que sente medo do procedimento, não conhece como é o processo, a organização e tal. Então, se isso fosse mais divulgado, se fosse mais informado às pessoas como se dá todo esse processo [...] **ED6**

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:

Acho que poderia existir uma flexibilização nos horários dos serviços para incentivar as pessoas a doarem. **ED3**

Se poderia pensar em flexibilizar o horário de funcionamento dos Bancos de Sangue, um horário mais cedo, tipo 7h e até um pouco mais tarde, às 20h. **END6**

Talvez uma doação num horário até à tardinha, aumentar o horário de funcionamento, quando as pessoas saem do trabalho, porque no horário de almoço tu não consegues doar né [...] **ED4**

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:

Unidade Móvel em alguns lugares, de repente, um final de semana na redenção, em um parque né, que as pessoas pudessem visualizar e pensar nisso. Alguma coisa assim, que se somam nessa rotina difícil de deslocamento, trânsito, horários, talvez uma coisa assim pudesse facilitar. **ED4**

A influência do abono anual de um dia de trabalho, como um direito aos doadores de sangue, fora apresentada pelos participantes, sob duas perspectivas. À

primeira, todos os participantes declararam que o atestado não influencia as suas decisões de doar, mas que o consideram como algo importante, principalmente, àqueles que não têm disponibilidade de tempo. No entanto, alguns entrevistados salientaram que há pessoas que doam por causa do atestado, que utilizam o atestado como uma troca, um benefício para doar.

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 DISCUSSÃO

Neste capítulo, a discussão será pautada a partir da contraposição de achados quanti e qualitativos que se originaram no Estudo I e II, acerca de motivações, dificuldades, valores pessoais e estratégias de captação, confrontando dados e informações coletados à bibliografia existente, de maneira a dar sustentação aos objetivos propostos.

Os serviços de saúde confrontam-se, cada vez mais, com a complexidade no recrutamento e retenção de doadores de sangue, de modo a garantir o suprimento adequado de sangue, em razão de uma carência de doações. Os achados desse estudo apontam para uma associação de fatores que sugestionam o comportamento de doação, quanto a motivações, dificuldades e sobre valores pessoais. Para tanto, a compreensão dos fatores que influenciam o comportamento de doação é substancial para o desenvolvimento de estratégias locais e culturalmente sensíveis à população, de forma a contribuir, potencialmente, para o aprimoramento das táticas de captação entre os serviços.

Quanto à motivação para doar, observou-se que, tanto doadores quanto não doadores, consideram tal gesto como algo de relevância social, em que apresentaram o auxílio ao próximo como o fator motivador de maior impacto à realização de uma doação. No entanto, ao aprofundar tais questionamentos no estudo II, foi possível constatar que, muito embora os indivíduos reconheçam a doação como algo importante e se sentem motivados a realizá-la, meramente pelo fato de estar ajudando outrem, isso não constitui um estímulo ao ato de doar, uma vez que o fator determinante à realização de uma doação, foi relacionado a algo particular dos indivíduos, como a solicitação de uma doação por familiar, amigo ou até mesmo pelos próprios serviços. Tal achado converge com o estudo de Barboza e Costa<sup>35</sup> em que avaliaram alguns construtos que poderiam levar à realização de uma doação, demonstrando que, parte dessa disposição vem da influência de familiares e amigos que já realizaram tal comportamento e informam sobre os benefícios gerados pela doação de sangue. Esse estudo confirmou que a influência de familiares e amigos superam os entraves que influenciam negativamente o comportamento doador e sugere que as estratégias para a captação devem envolver ações de *marketing* social, visando uma construção de formatos de comunicação focados no estímulo entre amigos e familiares, estabelecendo-os como multiplicadores do ato de doar sangue.

Assim como esse, pesquisas constataam que a motivação para uma doação, através de doadores já existentes, tem potencial para abastecer continuamente a população doadora<sup>36</sup>.

Outro estudo sugere que as motivações para uma primeira doação são atribuídas a benefícios pessoais, como tempo fora do trabalho e a realização de exames sorológicos, porém, tais aspectos não preveem a intenção de uma doação subsequente<sup>37</sup>.

Por outro lado, ainda que sejam consideradas as diferenças nos cenários nacional e internacional, a despeito da doação sanguínea; mundialmente, os fatores psicológicos relacionados ao comportamento de doação também são objeto de investigação na literatura científica. Um estudo chinês investigou as atitudes como um fator preditor de uma doação de sangue e concluiu que, para tal, o empenho no recrutamento de doadores por meio de campanhas de informação pública e comunicação interpessoal devem se concentrar no fortalecimento de atitudes positivas para uma doação, visando despertar a solidariedade e generosidade, assim como desmistificar medos, tabus e falsas ideias, desmotivadoras<sup>38</sup>.

Em segundo lugar, acerca dos fatores dificultadores, os achados quantitativos e qualitativos se assemelham. O estudo I revela a indisponibilidade de tempo como o fator mais dificultador para doadores e não doadores. A flexibilidade dos horários, bem como o medo de agulhas foram resultados encontrados para doadores e não doadores, respectivamente. Da mesma forma, o estudo II demonstrou a falta de tempo e a pouca flexibilidade nos horários de atendimento dos serviços, o desconhecimento sobre a carência de doações e o deslocamento no acesso aos serviços como os fatores de maior impedimento.

Tal como os achados nessa pesquisa, evidências científicas também ressaltam a falta de consciência da população sobre a necessidade de sangue, bem como o desconhecimento sobre a operacionalização do sangue nos serviços, sendo sugerido para alinhar esse processo, a utilização da comunicação por meio de ferramentas do *marketing*<sup>10</sup>.

Alguns estudos evidenciam dificuldades para a realização de uma doação e destacam os eventos adversos e as inaptidões temporárias como fatores determinantes, principalmente quando, em uma primeira doação, o indivíduo manifesta reações adversas ou, então, é considerado inapto. Tais entraves diminuem fortemente a realização de doações subsequentes<sup>37, 39</sup>.

O planejamento dos serviços mediante a ampliação dos horários de atendimento também é ressaltado como uma estratégia a promover a inclusão daqueles que não conseguem realizar doações pela coincidência do horário de funcionamento dos serviços com a sua jornada de trabalho<sup>11</sup>.

O medo é denotado por muitos estudos como um fator de grande adversidade a uma doação, seja o medo de agulhas ou o medo de reações pós-doação<sup>35,39,40,41</sup>. No entanto, técnicas de redução de estresse e ansiedade podem promover resultados positivos, através de estratégias de enfrentamento, seja pela distração ao ler um livro ou revista durante uma doação, ou até mesmo a orientação a esses indivíduos para que possam reavaliar seu sentimento de medo, informando que ele pode existir, mas que a sensação de ajudar outra pessoa, é motivo de orgulho sobre si mesmo<sup>39</sup>. Assim, a doação associa-se a emoções positivas, o que poderá colaborar para a superação do medo e, potencialmente, o retorno desse doador.

Quanto à relação de valores humanos ao comportamento de doação, a avaliação do altruísmo, como variável independente, mostrou que doadores e não doadores não diferem quanto a esse caráter, uma vez que em ambos os grupos, os indivíduos declararam-se altruístas.

Em convergência aos achados no presente estudo, uma pesquisa analisou a predisposição de novos doadores de sangue, a partir de fatores motivacionais e demonstrou que o altruísmo não apresentou impacto para o condicionamento de uma doação de sangue<sup>35</sup>.

Semelhante aos achados acima descritos, uma pesquisa realizada na África, sobre as percepções quanto a motivação para uma doação, revelou que o altruísmo fora apontado como um fator motivador, e, no entanto, as taxas de doação de sangue voluntárias nesse país ainda permanecem muito abaixo do que é necessário<sup>41</sup>, o que fortalece a ideia que, mesmo representando uma motivação, o altruísmo não sensibiliza, de fato, os indivíduos para doar.

Sendo assim, a literatura salienta reflexões acerca do altruísmo e questionamentos acerca desse comportamento como real motivação, ao compará-lo a uma racionalização de motivos egoístas, uma vez que a doação promove uma sensação de bem-estar sobre si mesmo<sup>39</sup>. Outros estudos não encontraram evidências de motivações altruístas e comprovaram uma associação do ato de doar com sentimentos de brilho quente, em que o indivíduo realiza uma doação apenas para satisfazer uma necessidade de bem-estar próprio<sup>39,42</sup>. Também foi encontrado o

auxílio ao próximo, como um gesto altruísta, relacionado a uma preocupação do indivíduo a própria condição futura<sup>9</sup>.

Sob essa perspectiva, acredita-se ser válida a implementação de estratégias focadas no “sentimento de brilho quente”, ou seja, no sentimento de bem-estar que o ato de doar promove, despertando nas pessoas a sensação de orgulho ao realizar uma doação, e também, destacando o auxílio ao próximo como algo que poderá se tornar uma necessidade para si, no futuro. Assim, ao transformar a experiência de doação em algo de valor, reconhecido socialmente, por meio da valorização social, isso poderá transformar tais comportamentos em uma motivação para a multiplicação da prática da doação<sup>40</sup>.

O que se parece, ao analisar tal comportamento é que ele, isolado, não motiva o comportamento pró-social de uma doação de sangue, uma vez que o fato de auxiliar pessoas que necessitam não se constitui como algo a sensibilizar e atrair a população para doar. Porém, isso não significa julgá-lo como um elemento pouco importante, uma vez que, associado a outros fatores, é possível identificar em que circunstâncias as pessoas estão mais dispostas a auxiliar o próximo e, com isso, a reflexão sobre estratégias de captação de doadores torna-se algo factível.

Para tanto, ao analisar o traço altruísta em relação aos valores humanos, este estudo reuniu evidências que apresentaram uma correlação entre esses, em que se observou a subfunção de normativa como a mais significativa ao altruísmo, para doadores e não doadores. Os valores que envolvem a subfunção de normativa apresentam uma orientação social e pragmática, visando a satisfação das necessidades e ressaltando a importância de normas, tradições e culturas. Para compreender tais considerações, remete-se aos conceitos de comportamento pró-social, onde se identifica a abordagem normativa e suas normas de reciprocidade e de responsabilidade social, que descrevem a necessidade de se retribuir os benefícios e favores que recebemos dos outros e ressaltam o dever de ajudar as pessoas que são incapazes de ajudar a si próprias<sup>8</sup>. Os achados do presente estudo demonstram que as pessoas com tais características são mais altruístas.

A relação do altruísmo com valores humanos, a partir da classificação por faixa etária, também se destaca como algo relevante, ao se verificar diferenças no comportamento. Para a faixa dos mais jovens, a relação entre o valor interacional e a dimensão apoio do altruísmo é expressa por valores mais sociais e humanitários e tais indivíduos serão guiados por princípios mais altruístas e estarão mais dispostos a

ajudar pessoas que necessitam. Para essa faixa etária, esse seria o fator motivador mais provável para o comportamento de doação de sangue. A correlação inversa entre a subfunção realização e altruísmo, especialmente nos fatores apoio auxílio e bem-estar alheio revela que pessoas mais pragmáticas dessa faixa etária, que estão preocupadas com eficiência e admiração, são pouco motivadas a ajudar pessoas necessitadas ou a se preocupar com o bem-estar alheio. Nesse sentido torna-se pouco provável que alguma campanha, email, telefonema, ou estratégia de captação atinja esses indivíduos; talvez apenas se tais estratégias estejam relacionadas com poder, prestígio ou êxito.

Diferentemente dos mais jovens, a faixa etária dos 25 a 40 anos, demonstra uma forte relação com o altruísmo e todos os seus fatores, o que significa que conteúdos de ajuda social, bem-estar alheio e ajuda humanitária serão os mais prováveis motivadores do comportamento de doação. Também, os valores normativos são significativos para o comportamento de altruísmo; o que sugere que a doação pode ser acionada como uma forma de cumprimento do dever.

Em relação às subfunções valorativas, percebeu-se que não houve diferença entre os grupos acerca dos valores que preponderaram: existência, interacional e suprapessoal. Ressalta-se o valor de existência pelos indicadores de saúde, estabilidade pessoal e sobrevivência, o que caracteriza tais indivíduos, como pessoas que se preocupam com sua saúde, que priorizam uma vida estável, segura e organizada, assim como asseguram condições básicas para a sua sobrevivência biológica e psicológica<sup>21</sup>. Assim, grande parte da amostra desse estudo se enquadra em tais características. Quanto à subfunção interativa, seus valores estabelecem e regulam as relações interpessoais, destacando atributos mais afetivos e abstratos e determinando contatos sociais como meta em si mesmos. Dessa maneira, os indivíduos que adotam tais valores são, frequentemente, mais jovens, demonstram relações íntimas estáveis e apresentam como indicadores, a afetividade, a convivência e o apoio social<sup>21</sup>. Já a subfunção suprapessoal se fundamenta por valores que representam as necessidades estéticas e de cognição, enfatizando a importância de ideias abstratas em detrimento de questões concretas e materiais e comporta-se com base em critérios universais, apresentando como indicadores a beleza, o conhecimento e a maturidade<sup>21</sup>.

A partir dos resultados supracitados, é possível refletir sobre as estratégias mais adequadas para atingir indivíduos com tais características. Sendo assim, em

convergência ao estudo de Gouveia<sup>21</sup>, observa-se que as pessoas que se guiam pelos valores de existência, possivelmente, poderiam ser sensibilizadas por meio de estratégias que relacionem o ato de doar com boas condições de saúde daqueles que doam e com questões de sobrevivência, promovendo um enfoque às doações como algo que permite a sobrevivência daqueles que necessitam. Aos indivíduos que são guiados pela subfunção interativa, as estratégias poderiam abordar a doação como um gesto de compaixão, ressaltando o sentido de doação como um apoio social; e aos que se fundamentam pelos valores suprapessoais, as técnicas de captação poderiam aproximar-se de questões que ressaltam a doação como um gesto de maturidade daqueles que a realizam.

A respeito da correlação entre o tipo de doação e as subfunções valorativas, vale discutir sobre o que se estabeleceu acerca de tais correlações. Observa-se que a subfunção existência, que se sobressaiu entre os participantes do estudo, apresentou correlação inversa com doação espontânea; e a subfunção normativa se correlacionou positivamente com doação por reposição. Este achado atesta que os indivíduos que assumem o valor de existência, não se mobilizam a doar de forma espontânea e que aqueles que se identificam com valores normativos são sensibilizados a realizar mais doações por reposição. Infere-se sobre tais considerações que estratégias utilizando chamados para doação, teriam maior repercussão para os indivíduos que priorizam os valores de existência e normativa. Tal como os resultados puderam demonstrar, observou-se que os indivíduos que doam espontaneamente, costumam doar com maior frequência. Por conseguinte, a esses indivíduos que doam espontaneamente, as estratégias de captação podem ser pautadas em formas de retenção.

Nesse sentido, a retenção de doadores é considerada, por alguns estudos, uma função desafiadora para os serviços de captação, uma vez que muitos dos doadores de primeira vez não retornam para uma nova doação<sup>39,41,43,44</sup>. A retenção é vista como mais vantajosa sobre o recrutamento, visto que em doadores correntes, o risco de infecções transmitidas pelo sangue é menor do que em novos doadores; além do custo para o recrutamento de novos doadores ser maior do que para retenção<sup>39</sup>. Dessa forma as estratégias envolvendo a retenção concentram-se pela forma em acolher os doadores nos serviços, métodos empenhados na redução do medo e de eventos adversos relacionados à doação, e estratégias no encaminhamento de inaptidões temporárias, uma vez que, quando barrados em uma doação, há uma forte

tendência desses doadores não retornarem<sup>39,40</sup>. Igualmente, estudo apontou que o envio de lembretes aos doadores, embora com pouco efeito, também repercutiu no retorno deles, especialmente quando lembrete de agradecimento associado a explicações de como foi utilizada a doação<sup>37</sup>.

Em estudo recente, que realizou uma revisão sistemática visando identificar estratégias para aprimorar o processo de retenção de doadores, concluiu que a intervenção mais bem-sucedida, para o retorno de doadores, deu-se pela utilização de técnicas psicológicas individuais, como a escuta sobre medos e ansiedades dos indivíduos antes, durante e após a primeira doação<sup>37</sup>. Isso ratifica os achados nessa pesquisa, ao relacionar a motivação para novas doações a partir de fatores individuais e particulares, como já mencionado anteriormente.

Considerando as estratégias de captação de doadores analisadas pelo Estudo I - campanhas, mensagens por telefone, e-mail e palestras -, essas foram associadas a valores humanos, de forma a reconhecer quais delas seriam mais adequadas aos indivíduos com determinados valores. Isto posto, percebeu-se que as relações foram significativas apenas entre os doadores, em que se destacou as campanhas como atrativas aos sujeitos com valores normativos, ou seja, àqueles que endossam normas convencionais, obediência e tradição, são estimulados a doar por meio de campanhas. Já os indivíduos com foco no benefício próprio e em realizações materiais; assim como àqueles mais imediatistas e receptivos a mudanças, estabelecem o contato telefônico como o método que mais os incita a realizarem doações. O valor de existência, sendo o que mais se destacou entre os participantes, revelou que palestras não mobilizam pessoas com tal valor. Quanto às campanhas, a literatura destaca que essas são estratégias que contribuem para a conquista de doadores, mas que, no entanto, apresentam efeitos a curto prazo, demonstrando a sensibilização das pessoas apenas no momento em que a campanha é veiculada na mídia e, após, o número de doações tende a cair<sup>3</sup>.

Ainda sobre o Estudo I, buscou-se associar as estratégias de captação entre si para verificar quais teriam maior impacto entre os participantes, sendo verificado que, para os doadores, a combinação entre palestras e campanhas atraiu mais esses indivíduos do que as demais estratégias e para as pessoas que nunca doaram, a combinação entre o contato por email e o telefônico parecem ser as estratégias mais significativas.

Já os achados do Estudo II, acerca das estratégias de captação, aprofundam o que fora encontrado no Estudo I e argumentam a favor de uma maior divulgação da doação de sangue nas mídias sociais, de forma a promover uma mudança no hábito dos indivíduos e estabelecer as doações sanguíneas como um processo regular e contínuo. A divulgação sobre a carência de doações também foi aspecto destacado, uma vez que muitas pessoas não realizam doações por desconhecerem a real necessidade. Nesse sentido, os próprios participantes alegam que, muito embora reconheçam a importância da doação de sangue, mas somente isso não os sensibiliza a doar e que, portanto, a disseminação de informações sobre a insuficiência de doações, talvez pudesse causar impacto na prática de realizar uma doação.

Nessa perspectiva, corroborando aos resultados demonstrados, um estudo que objetivou identificar os principais fatores críticos do processo de doação concluiu que a falta de informação foi o fator de maior criticidade, o que reflete sobre a necessidade de maior divulgação e informação sobre essa temática<sup>40</sup>.

Também, ações de maior proximidade dos serviços com os indivíduos foram sugeridas pelos participantes do estudo, por meio de telefonemas, ou lembretes por mensagem telefônica, convidando as pessoas a realizar uma doação. Sendo assim, ao se pensar no planejamento de estratégias de captação de doadores, este deve ponderar métodos individuais.

Ratificando tais considerações, com o objetivo de detalhar estratégias de *marketing* para atração e fidelização de doadores, um estudo realizado na Espanha propôs um modelo comportamental que descreveu o processo de tomada de decisão dos doadores, a partir de influências ambientais e de fatores internos dos indivíduos, e, dentre algumas conclusões, se identificou como estratégias de captação, o desenvolvimento de ações que lembrassem as pessoas sobre a necessidade de doações por meio de mensagens telefônicas, e-mails, cartas e redes sociais, de forma promover um contato mais direto e individual com o doador<sup>10</sup>.

A veiculação de informações acerca de como ocorre o processo de doação também foi uma estratégia ressaltada pelos entrevistados, como forma de promover segurança ao doador e como forma de desmistificar medos, tabus e ansiedades relacionadas a esse processo e, até mesmo, como condição de possibilitar a fidelização de doadores.

O planejamento de estratégias por meio da educação também foi ressaltado como algo a ser realizado inclusive nas escolas, revelando a importância de abordar

tal tema junto aos mais jovens, para que se possa desenvolver uma consciência de responsabilidade social e promover uma mudança de cultura, de forma a despertar no cidadão a prática de realizar uma doação.

Assim, para a promoção da doação de sangue, é fundamental desenvolver uma cultura voltada à importância deste ato, por meio de estratégias educativas que permitam a reflexão crítica e a discussão de conceitos e valores dos indivíduos para, então, tornar a doação de sangue como parte da cultura da população brasileira<sup>12</sup>. Paulo Freire defende que a educação promove a tomada de consciência e atitude crítica, possibilitando ao homem, a escolha e a decisão para tornar-se sujeito de sua própria história<sup>45</sup>. Dessa forma, a captação de doadores de sangue, bem-sucedida, resulta de ações, projetos e programas educativos com objetivo de educar, mobilizar e captar um público, levando-o a participar ativamente do processo de doação de sangue, de forma consciente e responsável<sup>11</sup>.

Um estudo realizado sobre a percepção de escolares acerca da doação de sangue revelou que valores de cidadania e altruísmo podem ser iniciados em níveis escolares bem precoces e que se faz necessário discutir o real papel da escola nos programas de educação em saúde, uma vez que é responsável pela formação de indivíduos e de condutas que visam a coletividade e o futuro cidadão e que, até hoje, tal instituição pouco se envolveu nos programas de doação<sup>46</sup>. A exemplo disso, os resultados de uma pesquisa sobre a atitude de doadores de sangue acerca da doação voluntária, fundamentaram e sustentaram a introdução, no currículo da graduação do curso de medicina, o tema sobre doação de sangue, visando a sensibilização dos alunos<sup>44</sup>.

## 7 CONCLUSÃO

Neste estudo, buscou-se fornecer uma descrição acerca dos fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue, através de motivações, dificuldades e valores pessoais, referidos por doadores e não doadores, de forma a prover estratégias para fidelizar aqueles que já doam e recrutar os que ainda não o fazem. Posto isto e, com base nos resultados apurados, tornou-se possível identificar determinadas estratégias de captação e discuti-las com a bibliografia já existente, de forma a considerar também, o que os estudos mais recentes demonstram acerca deste tema.

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.

Dentre as dificuldades reportadas a uma doação, a indisponibilidade de tempo foi o maior impedimento, mencionado por doadores e não doadores, sendo apontado como uma estratégia de aprimoramento, o planejamento dos serviços mediante a ampliação dos horários de atendimento. Os mecanismos para minimizar o medo, esse relatado como a segunda maior dificuldade por não doadores, enfatizam técnicas de enfrentamento da ansiedade e também por meio do reforço das emoções positivas que envolvem o ato de doar.

Acerca dos valores imbuídos ao processo de doação, a avaliação do altruísmo, de forma isolada, demonstrou que os indivíduos doadores e não doadores não apresentaram diferença quanto a esse caráter, uma vez que o fato de ser altruísta não se reflete em ações pró-doação. Assim sendo, sugere-se que as estratégias de captação possam pautar-se na sensação de bem-estar ao se realizar uma doação, estimulando os indivíduos pelo sentimento de orgulho e ressignificando as doações como algo de valor à sociedade e que imprime mudanças de comportamento.

Os resultados também ressaltaram que as diferentes faixas etárias, mencionadas nesse estudo, foram consideradas ao se pensar em estratégias de captação. Assim, para os mais jovens evidenciou-se que pessoas mais pragmáticas

dessa faixa etária, que estão preocupadas com eficiência e admiração, são pouco motivadas a ajudar pessoas necessitadas ou a se preocupar com o bem-estar alheio. Nesse sentido torna-se pouco provável que alguma campanha, email, telefonema, ou estratégia de captação atinja esses indivíduos; talvez apenas se tais estratégias estejam relacionadas com poder, prestígio ou êxito. Diferentemente, na faixa etária dos 25 aos 40 anos, tais indivíduos motivam-se a doar pelo sentimento de ajuda social, bem-estar alheio e ajuda humanitária, assim como também são motivados pelo sentimento de cumprimento do dever. As pessoas com mais de 40 anos apenas o cumprimento do dever é significativo para o comportamento de doação.

Dentre as principais conclusões, identificou-se o valor de existência como o mais preponderante, entre doadores e não doadores, e em todas as faixas etárias, o que pressupõe que as estratégias de captação devem levar em conta as características que representam tal valor, para assim, atrair esses indivíduos a doar. As pessoas orientadas pelo valor de existência, se preocupam com sua saúde, priorizam uma vida estável, segura e organizada, assim como asseguram condições básicas para a sua sobrevivência. Consequentemente, as estratégias para atrair esse grupo poderiam relacionar o ato de doar com boas condições de saúde daqueles que doam e com questões de sobrevivência daqueles que necessitam. Além do valor de existência, os valores, interacional e suprapessoal, também se destacaram e devem ser considerados ao se pensar em estratégias de captação.

Concluiu-se, também, que estratégias envolvendo a educação são consideradas imprescindíveis para promover a mudança na cultura e no comportamento de doação de sangue. Igualmente, vale destacar que, ao serem relacionados os valores humanos a estratégias de captação, apurou-se que palestras não mobilizam indivíduos que tem como princípio os valores de existência, o que demonstra a relevância de tal resultado, tendo em conta a maior representatividade que o valor de existência assumiu entre os participantes.

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 umas das conclusões remetidas pelo estudo II.

Por fim, identificar as concepções de doadores e não doadores acerca de suas motivações, dificuldades e valores pessoais, que estão envolvidos no comportamento de uma doação de sangue, permitiu a obtenção de subsídios para refletir sobre o produto do mestrado profissional, este apresentado como uma proposta de curso de extensão, descrito nos apêndices deste trabalho (APÊNDICE H).

Denota-se, como potencialidade desse estudo, a investigação de algo que se configura como extrema relevância social e em que se revela uma identidade pró-doação. Acredita-se que, reconhecer as diferenças psicossociais e demográficas entre as regiões do país, relacionadas à doação de sangue, possibilitará subvenções adequadas para o fomento de intervenções públicas, considerando os diferentes cenários que se apresentam no país.

No entanto, cabe reconhecer algumas limitações do estudo, em relação aos instrumentos de coleta quantitativos, os quais eram extensos, o que dificultava o preenchimento pelos participantes e até mesmo a compreensão por parte desses. Sugere-se a realização de estudos futuros em que possam avaliar os valores humanos em relação ao comportamento de doação a partir da utilização de um outro instrumento, como exemplo a escala de compaixão, uma vez que a escala de altruísmo, utilizada nesse estudo, não trouxe respostas acerca desse caráter em relação ao comportamento de doação entre doadores e não doadores.

## **8 PRODUTO FINAL**

### **Proposta de Intervenção Educativa a partir de um curso de Extensão**

O desenvolvimento da dissertação intitulada “Fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue” permitiu conhecer as reais motivações, dificuldades e valores pessoais que estão associados ao comportamento de doação, bem como possibilitou a identificação de estratégias que poderão contribuir para o aprimoramento dos métodos de captação de doadores.

Buscando fidelizar os indivíduos já doadores e recrutar aqueles que ainda não o fazem, e também de certa forma, a contribuir com a captação de doadores do Serviço de Hemoterapia do Hospital de Clínicas de Porto Alegre, que fora cenário da presente pesquisa, pensou-se em realizar um curso de extensão junto aos alunos da graduação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, do curso de Enfermagem.

Sendo assim, os resultados encontrados na referida dissertação forneceram subsídios para o planejamento de tal proposta, que tem como principal finalidade, a sensibilização dessa população acerca da importância do ato de doar sangue.

### **CENÁRIO DA PROPOSTA**

O Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA), instituição onde está situado o Serviço de Hemoterapia, é vinculado academicamente à Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Assim sendo, o cenário da proposta em questão não será o Serviço de Hemoterapia, mas sim, a Escola de Enfermagem da UFRGS.

### **JUSTIFICATIVA**

A construção dessa proposta justifica-se, primeiramente, pela relevância social atribuída ao ato de doar sangue e, em segundo lugar, pela importância de informar, mobilizar e sensibilizar jovens adultos, para que se possa despertar nesse público o sentimento de doação de sangue como uma responsabilidade social<sup>12</sup>. A construção dessa proposta se fundamenta, também, pelos resultados encontrados com a presente dissertação, em que se concluiu que a educação, como uma estratégia de

captação de doadores, é imprescindível para promover a mudança na cultura e no comportamento de doação de sangue<sup>23</sup>. Da mesma forma, ressalta-se o papel educador que a universidade representa para os seus alunos, o que evidencia, também, sua responsabilidade na educação sobre tal temática. Igualmente, estratégias de aproximação dos serviços com os indivíduos fora um dos achados no referido estudo e que vai ao encontro da proposta em questão. Além disso, a literatura destaca a importância de despertar nos mais jovens a importância do ato de doar, uma vez que há claras mudanças no perfil epidemiológico da população, que envelhece<sup>3</sup>.

## **OBJETIVOS**

- Motivar e conscientizar o público universitário da Escola de Enfermagem da UFRGS sobre a importância da doação de sangue;
- Informar e esclarecer dúvidas e mitos sobre a doação de sangue;
- Informar e esclarecer sobre o processo de doação;
- Incentivar a doação de sangue periódica;

## **PROPOSTA INTERVENÇÃO EDUCATIVA**

Inicialmente, pensou-se em apresentar os resultados da presente dissertação aos gestores, professores e profissionais do serviço de hemoterapia, buscando apoio imediato das chefias para o desenvolvimento dessa proposta e, também, apresentar os objetivos dessa intervenção aos professores da Escola de Enfermagem da UFRGS, de forma a questionar sobre a possibilidade da realização desse curso de extensão.

A carga horária para o desenvolvimento dessa atividade seria de 10 horas, a ser ministrada em dois dias. A intervenção em questão seria apresentada aos alunos por meio de material em *power point*, expondo questões relacionadas à doação, de forma a apresentar o serviço de hemoterapia do HCPA, horários de funcionamento, expondo informações sobre como acontece esse processo, sobre o porquê é necessário que as doações aconteçam, quais os critérios que são utilizados na triagem de doadores, levando-os a refletir sobre o que poderia motivar uma doação e

quais fatores poderiam dificultar. Essa intervenção se constituiria em uma apresentação expositivo-dialogada e, no segundo encontro, pretende-se propor uma roda de conversa sobre o tema da doação e também sobre dúvidas, sugestões e considerações apontadas pelos alunos.

<b>CARGA HORÁRIA</b>	<b>Temas a serem abordados</b>	<b>Discussões</b>
<b>Encontro 1 (5h)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A doação de sangue sob a ótica dos valores humanos e altruísmo;</li> <li>- Caracterização do processo de doação de sangue;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Refletir sobre os valores que estão associados ao comportamento de doação de sangue e de que forma eles o determinam;</li> <li>- Refletir sobre a cultura da doação de sangue no Brasil;</li> <li>- Propor discussões sobre a doação de sangue como um ato de responsabilidade social;</li> <li>- Apresentar o cenário de doações no país, bem como em Porto Alegre, ressaltando a carência de doações;</li> <li>- Informar sobre como ocorre o processo de doação;</li> </ul>
<b>Encontro 2 (5h)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dificultadores e motivadores do comportamento de doação;</li> <li>- Estratégias de captação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propor discussões acerca do que efetivamente pode motivar uma doação e o que dificulta;</li> <li>- Incentivar a prática das doações, esclarecendo sobre sua importância, buscando fidelizar os já doadores e recrutar novos;</li> <li>- Enfatizar sobre a necessidade de multiplicação das informações que foram fornecidas ao longo da intervenção.</li> </ul>

## REFERÊNCIAS

1. Okane, ESH; MACHADO, LN. Introdução e Histórico. In: Machado, LN; Camandoni, VDO; Leal, KPDH; Moscatello, ELM. Transplante de Medula Óssea: abordagem multidisciplinar. São Paulo: Lemar, 2009. 346p.
2. Brum, D. E. de L. Racionalizar a transfusão de hemocomponentes: benefícios a pacientes, instituições e operadoras de planos de saúde. Revista da Amrigs. 2011; 55(1):76-82.
3. Rodrigues, RSM; Reibnitz, KS. Estratégias de captação de doadores de sangue: uma revisão integrativa da literatura. Texto Contexto Enferm. 2011; 20(2): 384-91.
4. 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>>
5. Barrucho, LG. O que falta para o Brasil doar mais sangue? Disponível em [http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/08/150812\\_sangue\\_doacoes\\_brasil\\_lgb](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/08/150812_sangue_doacoes_brasil_lgb). Acesso em 03 jun 2016.
6. 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.
7. Brasil. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Fazendo a diferença: captando doadores voluntários de sangue. Brasília (DF): Ministério da Saúde, 2003.
8. Rodrigues, A; Assmar, EML; Saslonski, B. Psicologia Social. 29ª edição. Rio de Janeiro/ Petrópolis: Vozes, 2012.
9. Gouveia, VV; Santos, WSD; Athayde, RAA; Souza, RVLD; Gusmão, EEDS. Valores, altruísmo e comportamento de ajuda: comparando doadores e não doadores de sangue. Psico. 2014; 45(2): 209-18 .
10. Echevarria, CA; Garcia, MSA. Um modelo comportamental de doadores de sangue e estratégias de marketing para atração e fidelidade. Rev Lat Am Enfermagem. 2014; 22(3): 467-75.
11. Giacomini, L; Filho, WDL. Estratégias para fidelização de doadores de sangue voluntários e habituais. Acta Paul Enferm. 2010; 23(1): 65-72.

12. Sandrin, R; Rodrigues, R; Gomes, J; Meirelles, MCLS. 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.
13. Marinho, PAS. Referenciais e marcos legais para a doação de sangue no Brasil e diretivas internacionais. 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.
14. Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Gestão do Trabalho e da Educação na Saúde. Departamento de Gestão do Trabalho na Saúde. **Técnico em hemoterapia: livro texto** / Ministério da Saúde, Secretaria de Gestão do Trabalho e da Educação na Saúde, Departamento de Gestão da Educação na Saúde – Brasília : Ministério da Saúde, 2013. 292 p.
15. Ubiali, EMA. O processo hemoterápico e as etapas do ciclo do 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. 21-37.
16. Brasil. Ministério da Saúde. Portaria nº 158. Redefine o regulamento técnico de procedimentos hemoterápicos. Brasília, DF, 04 fev 2016. Disponível em <[http://audif.com.br/download/portaria\\_158\\_04\\_fev\\_16.pdf](http://audif.com.br/download/portaria_158_04_fev_16.pdf)> Acesso em: 04 mai. 2016.
17. Brasil. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Marco Conceitual e Operacional de Hemovigilância: Guia para Hemovigilância no Brasil. Brasília, 2015.
18. Araújo, FMRD; Feliciano, KVDO; Mendes, MFDM; Figueiroa, JN. Doadores de sangue de primeira vez e comportamento de retorno no hemocentro público do Recife. Rev Bras Hematol Hemoter. 2010; 32(5): 384-90.
19. Filho, JASL; Moura, IBGD; Pinto, JPFD; Costa, RD. Um aplicativo social para localização de doadores e receptores de sangue utilizando a plataforma OpenSocial. Rev Bras Computação Aplicada. 2012; 4(1): 12-24.
20. Clemente, A; Silva, G; Silva, RJ; Marvulo, MML. 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.

21. Gouveia, VV; Milfont, TL; Fisher, R; Coelho, JAPM. Teoria Funcionalista dos valores humanos: aplicações para organizações. Rev Adm Mackenzie. 2009; 10(3): 34-59.
22. Souza, L. E. C.; Gouveia, V. V.; Lima, T. J. S.; Santos, W. S. Questionários dos valores básicos - diagnóstico (QVB-D): evidências de validade de construto. Psicologia: Reflexão e Crítica. 2015; 28: 292-301.
23. Rodrigues, R.S.M.; Lino, M.M.; Reybnitz, K.S. Estratégias de captação de doadores de sangue no Brasil: um processo educativo convencional ou libertador? Saúde & Transformação Social. 2011; 1(3): 166-173.
24. Gil, AC. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.
25. Peduzzi, M. A articulação de enfoques quantitativos e qualitativos na avaliação em saúde: contemplando a complexidade dos objetos. Interface – Comunic, Saúde, Educ. 2000; 126-128.
26. Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA). Institucional. Disponível em: <<http://www.hcpa.edu.br/content/view/5230/1604/>> Acesso em: 06 mai. 2016.
27. Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DIEESE). A Situação do Trabalho no Brasil na primeira década dos anos 2000. São Paulo: DIEESE, 2012.
28. Polit, DF; Beck, CT. Fundamentos de pesquisa em enfermagem: avaliação de evidências para a prática de enfermagem. 7 ed. Porto Alegre: Artmed, 2011.
29. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Cidades. Rio Grande do Sul. Canoas. Brasília (DF); 2015. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=430460&search=rio-grandedo-sul|canoas>. Acesso em 26 mai 2016.
30. Gouveia, VV; Meira, M; Gusmão, EEDS; Filho, MLDS; Souza, LECD. Valores Humanos e interesses vocacionais: um estudo correlacional. Psicol Estud. 2008; 13(3): 603-11.
31. Pacico, JC; Hutz, CS. Altruísmo. Em: C.S.HUTZ (org). Avaliação em Psicologia Positiva: Técnicas e Medidas. São Paulo: Hoegrefe, 2016: p. 141-52.
32. Minayo, M. C. S. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2010.
33. Gomes, R. Análise de dados em pesquisa qualitativa. In: MINAYO, M. C. S. (Org.) Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 29. ed. Petrópolis: Vozes, 2010. Cap. 4, p. 79 - 108.

34. 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.
35. Barboza, SIS; Costa, FJ. *Marketing* social para doação de sangue: análise da predisposição de novos doadores. *Cad Saude Publica*. 2014; 30 (7): 1463-74.
36. Lemmens, KP; Ruiters, RA; Abraham, C; Veldhuizen, IJ; Schaalma, HP. Motivating blood donors to recruit new donors: experimental evaluation of an evidence-based behavior change intervention. *Health Psychol*. 2010; 29(6): 601-9.
37. Bagot, KL; Murray, Masser, BM. How can we improve retention of the first-time donor? A systematic review of the current evidence. *Transfus Med Rev*. 2016; 30 (2): 81-91.
38. Hu, H; Wang, T; Fu, Q. Psychological factors related to donation behaviour among chinese adults: results from a longitudinal investigation. *Transfus Med*. 2017. DOI: 10.1111/tme.12422.
39. Van Dongen, A. Easy come, easy go. Retention of blood donors. *Transfus Med*. 2015; 25(4): 227-33.
40. Pereira, JR; Sousa, CV; Matos, EB; Rezende, LBO; Bueno, NX; Dias, Am. Doar ou não doar, eis a questão: uma análise dos fatores críticos da doação de sangue. *Cien Saude Colet*. 2016; 21(8): 2475-84.
41. Asamoah-Akuoto, L; Hassal, OW; Bates, I; Ullum, H. Blood donors perceptions, motivators and deterrents in Sub-Saharan Africa: a scoping review of evidence. *Br. J. Haematol*. 2017; 177(6): 864-77.
42. Ferguson, E; Atsma, F; Kort, W; Veldhuizen, I. Exploring the pattern of blood donor beliefs in first-time, novice, and experienced donors: differentiating reluctant altruism, pure altruism, impure altruism, and warm glow. *Transfusion* [0041-1132]. 2012; 52(2): 343-55.
43. France, JL; France, CR; Carlson, BW; Kessler DA, Rebosa, M; Shaz, BH, et al. Motivating first-time, group O blood donors to return: rationale and design of a randomized controlled trial of a post-donation telephone interview. *Contemp Clin Trials*. 2015; 44: 64-69.

44. Charles, KS; Poon King, A; Ramai, A; Rajnath, K; Ramkissoon, D; Ramkissoon, S, et al. Blood donors attitudes towards voluntary non-remunerated donation in Trinidad and Tobago. *Transfus Med.* 2017.
45. Freire, P. *Conscientização: teoria e prática da libertação. Uma introdução ao pensamento de Paulo Freire.* 4. ed. São Paulo: Moraes, 1980.
46. Bossolan, RP; Perosa, GB; Padovani, CR. A doação de sangue sob a ótica de escolares: concepções e valores. *Psicol. Reflex. Crit.* 2011; 24(3): 495-503.

## **APÊNDICES**

## APÊNDICE A

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - ESTUDO I

Nº do projeto GPPG ou CAAE \_\_\_\_\_

Título do Projeto: Fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue.

Você está sendo convidado a participar de uma pesquisa cujo objetivo é identificar os fatores que influenciam o comportamento de uma doação de sangue, quanto a aspectos que motivam e dificultam uma doação e também quanto a aspectos relacionados aos valores pessoais. Esta pesquisa está sendo realizada pelo Serviço de Hemoterapia do Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA).

Se você aceitar participar da pesquisa, os procedimentos envolvidos em sua participação são os seguintes:

- A coleta das informações realizar-se-á por meio de um questionário com questões objetivas e de duas escalas sobre valores humanos, os quais estão relacionados à doação de sangue,
- A aplicação do questionário e das escalas será realizada conforme sua disponibilidade, fora do horário de trabalho da pesquisadora.
- O tempo previsto para a realização da entrevista será de aproximadamente 10 minutos;
- Os formulários do questionário e das escalas serão armazenadas pela pesquisadora por um período de 5 anos e, após, destruídos;

Não são conhecidos riscos associados aos procedimentos previstos, mas poderão surgir desconfortos relacionados ao tempo de duração da entrevista e ao tipo de pergunta contida na entrevista. Caso você se sinta desconfortável, poderá encerrar sua participação a qualquer momento. A participação no estudo não trará benefício direto ao participante, porém, o estudo contribuirá para o aumento do conhecimento acerca dos fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue e os resultados poderão auxiliar na realização de estudos futuros.

Sua participação na pesquisa é totalmente voluntária, ou seja, não é obrigatória. Caso você decida não participar, ou ainda, desistir de participar e retirar seu consentimento, não haverá nenhum prejuízo ao atendimento que você recebe ou possa vir a receber na instituição, assim como, aos participantes funcionários da instituição, não haverá nenhum prejuízo ao vínculo institucional ou avaliação de desempenho.

Não está previsto nenhum tipo de pagamento pela sua participação na pesquisa e você não terá nenhum custo com respeito aos procedimentos envolvidos.

Caso ocorra alguma intercorrência ou dano, resultante de sua participação na pesquisa, você receberá todo o atendimento necessário, sem nenhum custo pessoal, por parte dos pesquisadores. Garantimos que eventuais danos comprovadamente causados pela pesquisa serão indenizados. Os dados coletados durante a pesquisa serão sempre tratados confidencialmente. Os resultados serão apresentados de forma conjunta, sem a identificação dos participantes, ou seja, o seu nome não aparecerá na publicação dos resultados. Haverá o comprometimento da pesquisadora em disponibilizar os resultados do estudo por meio do envio de um relatório aos participantes, por email, para os que assim desejarem.

Caso você tenha dúvidas, poderá entrar em contato com o pesquisador responsável, Nanci Felix Mesquita, pelo telefone (51)91666493; com a pesquisadora profª Drª Ana Cláudia Souza Vazquez, pelo telefone (51) 33039000 ou email [anasv@ufcspa.edu.br](mailto:anasv@ufcspa.edu.br) ou com o pesquisador Prof. Drº Tor Gunnar Hugo Onsten, pelo telefone 33598504. Ou ainda, poderá contatar o Comitê de Ética em Pesquisa do Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA), pelo telefone (51) 33597640, no 2º andar do HCPA, sala 2227, de segunda à sexta, das 8h às 17h ou o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA), pelo telefone (51) 33038804, situado à rua Sarmento Leite, 245, prédio III, sala 202, de segunda a sexta, das 8h às 17h. E-mail: [cep@ufcspa.edu.br](mailto:cep@ufcspa.edu.br)

Esse Termo é assinado em duas vias, sendo uma para o participante e outra para os pesquisadores.

Eu, \_\_\_\_\_ declaro ter recebido as informações acima, antes de assinar este termo. Foi-me dada ampla oportunidade de fazer perguntas, esclarecendo totalmente minhas dúvidas. Por este termo de consentimento, concordo, voluntariamente, em participar desta pesquisa.

Porto Alegre, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Nome do participante da pesquisa

\_\_\_\_\_  
Assinatura

\_\_\_\_\_  
Nome do pesquisador responsável

\_\_\_\_\_  
Assinatura

## APÊNDICE B

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – ESTUDO II

Nº do projeto GPPG ou CAAE \_\_\_\_\_

Título do Projeto: Fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue.

Você está sendo convidado a participar de uma pesquisa cujo objetivo é identificar os fatores que influenciam o comportamento de uma doação de sangue, quanto a aspectos que motivam e dificultam uma doação e também quanto a aspectos relacionados aos valores pessoais. Esta pesquisa está sendo realizada pelo Serviço de Hemoterapia do Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA).

Se você aceitar participar da pesquisa, os procedimentos envolvidos em sua participação são os seguintes:

- A coleta das informações realizar-se-á por meio de entrevista individual, que será gravada, mediante seu consentimento e transcrita posteriormente. As transcrições das falas serão armazenadas pela pesquisadora por um período de 5 anos e, após, destruídas;
- A entrevista será realizada conforme sua disponibilidade, e fora do horário de trabalho da pesquisadora;
- O tempo previsto para a realização da entrevista será de aproximadamente 30 minutos e será realizada em um consultório da triagem clínica de doadores.

Não são conhecidos riscos associados aos procedimentos previstos, mas poderão surgir desconfortos relacionados ao tempo de duração da entrevista e ao questionário. Caso você se sinta desconfortável, poderá encerrar sua participação a qualquer momento.

A participação no estudo não trará benefício direto ao participante, porém, o estudo contribuirá para o aumento do conhecimento acerca dos fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue e os resultados poderão auxiliar na realização de estudos futuros.

Sua participação na pesquisa é totalmente voluntária, ou seja, não é obrigatória. Caso você decida não participar, ou ainda, desistir de participar e retirar seu consentimento, não haverá nenhum prejuízo ao atendimento que você recebe ou possa vir a receber na instituição, assim como, aos participantes funcionários da instituição, não haverá nenhum prejuízo ao vínculo institucional ou avaliação de desempenho.

Não está previsto nenhum tipo de pagamento pela sua participação na pesquisa e você não terá nenhum custo com respeito aos procedimentos envolvidos.

Caso ocorra alguma intercorrência ou dano, resultante de sua participação na pesquisa, você receberá todo o atendimento necessário, sem nenhum custo pessoal, por parte dos pesquisadores. Garantimos que eventuais danos comprovadamente causados pela pesquisa serão indenizados. Os dados coletados durante a pesquisa serão sempre tratados confidencialmente. Os resultados serão apresentados de forma conjunta, sem a identificação dos participantes, ou seja, o seu nome não aparecerá na publicação dos resultados. Haverá o comprometimento da pesquisadora em disponibilizar os resultados do estudo por meio do envio de um relatório aos participantes, por email, para os que assim desejarem.

Caso você tenha dúvidas, poderá entrar em contato com o pesquisador responsável, Nanci Felix Mesquita, pelo telefone (51)91666493; com a pesquisadora profª Drª Ana Cláudia Souza Vazquez, pelo telefone (51) 33039000 ou email [anasv@ufcspa.edu.br](mailto:anasv@ufcspa.edu.br); ou com o pesquisador Prof. Drº Tor Gunnar Hugo Onsten, pelo telefone 33598504, ou ainda, poderá contatar o Comitê de Ética em Pesquisa do Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA), pelo telefone (51) 33597640, no 2º andar do HCPA, sala 2227, de segunda à sexta, das 8h às 17h ou o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA), pelo telefone (51) 33038804, situado à rua Sarmento Leite, 245, prédio III, sala 202, de segunda a sexta, das 8h às 17h. E-mail: cep@ufcspa.edu.br

Esse Termo é assinado em duas vias, sendo uma para o participante e outra para os pesquisadores.

Eu, \_\_\_\_\_ declaro ter recebido as informações acima antes de assinar este termo. Foi-me dada ampla oportunidade de fazer perguntas, esclarecendo totalmente minhas dúvidas. Por este termo de consentimento, concordo, voluntariamente, em participar desta pesquisa.

Porto Alegre, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Nome do participante da pesquisa

\_\_\_\_\_  
Assinatura

\_\_\_\_\_  
Nome do pesquisador responsável

\_\_\_\_\_  
Assinatura

**APÊNDICE C**  
**QUESTIONÁRIO ESTUDO I - GRUPO DE DOADORES**

Código do participante: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_\_ Idade: \_\_\_\_\_

Cidade onde reside: \_\_\_\_\_

Escolaridade: \_\_\_\_\_ Email: \_\_\_\_\_

Ocupação: \_\_\_\_\_ Religião: \_\_\_\_\_

Renda média familiar:

( ) R\$ 500,00 a R\$ 1.500,00

( ) R\$ 1.500,00 a R\$ 3.000,00

( ) R\$ 3.000,00 a R\$ 4.500,00

( ) R\$ 4.500,00 a R\$ 7.000,00

( ) Acima de R\$ 7.000,00

1. Qual o principal motivo que fez você se tornar um doador de sangue?

(A) Poder ajudar pessoas que estão necessitadas.

(B) Pedido de um parente ou amigo.

(C) Campanhas sociais nos meios de comunicação.

(D) Outro Qual? \_\_\_\_\_

2. Quantas doações você já fez até hoje:

(A) 1

(B) 2

(C) 3

(D) 4

(E) Outro valor Quantas? \_\_\_\_\_ -

3. Você costuma fazer mais de uma doação ao ano?

( ) SIM

( ) NÃO

4. Quantas doações, aproximadamente, você realizou de forma espontânea?

(A) 0

(B) 1

(C) 2

(D) 3

(E) Mais de 3 Quantas? \_\_\_\_\_

5. Quantas doações, aproximadamente, você realizou para repor o sangue que fora utilizado?

- (A) 0
- (B) 1
- (C) 2
- (D) 3
- (E) Mais de 3 Quantas? \_\_\_\_\_

- (F) Existe algum fator que dificulte a sua doação de sangue?  
 SIM  NÃO

6. Se você respondeu sim na questão anterior, qual o principal fator que você acredita que dificulta a sua doação de sangue?

- (A) Medo de agulhas.
- (B) Dor durante a coleta de sangue.
- (C) Horário de atendimento do Banco de Sangue.
- (D) Indisponibilidade de tempo.
- (E) Acredita que é possível a contaminação do sangue pelo material utilizado na coleta.
- (F) Outro Qual? \_\_\_\_\_

7. Você acredita que os valores de um indivíduo influenciam o comportamento de doação de sangue?

- SIM  NÃO

8. Qual o principal valor que você acredita que está relacionado ao ato de doar sangue?

- (A) Altruísmo, ou seja, o ato de ajudar outras pessoas sem receber nenhum benefício em troca.
- (B) Prazer
- (C) Bem estar
- (D) Apoio Social
- (E) Outro Qual? \_\_\_\_\_

9. Você reconhece a doação de sangue como um ato de importância social?

- SIM  NÃO

10. Em sua opinião, qual a principal estratégia para captação de doadores de sangue você considera como eficaz?

- (A) Campanhas sociais;
- (B) Contato telefônico do Banco de Sangue solicitando uma doação.
- (C) Email enviado pelo Banco de Sangue, solicitando uma doação;
- (D) Palestras educativas em escolas;
- (E) Outras Qual? \_\_\_\_\_

11. Em sua opinião, qual a principal estratégia para captação de doadores de sangue você considera como pouco eficiente?
- (A) Campanhas sociais
  - (B) Contato telefônico do Banco de Sangue solicitando uma doação;
  - (C) Email enviado pelo Banco de Sangue, solicitando uma doação;
  - (D) Palestras educativas em escolas.
  - (E) Outra Qual? \_\_\_\_\_
12. Em sua opinião, qual a principal estratégia que deveria ser implementada para que você realize doações com maior frequência?
- (A) Campanhas sociais;
  - (B) Contato telefônico do Banco de Sangue solicitando uma doação.
  - (C) Email enviado pelo Banco de Sangue, solicitando uma doação;
  - (D) Palestras educativas em escolas;
  - (E) Outras Qual? \_\_\_\_\_

**APÊNDICE D**  
**QUESTIONÁRIO ESTUDO I - GRUPO DE NÃO DOADORES**

Código do participante: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_  
 Data: \_\_\_\_\_ Idade: \_\_\_\_\_  
 Cidade onde reside: \_\_\_\_\_  
 Escolaridade: \_\_\_\_\_ Email: \_\_\_\_\_  
 Ocupação: \_\_\_\_\_ Religião: \_\_\_\_\_  
 Renda média familiar:

- ( ) R\$ 500,00 a R\$ 1.500,00  
 ( ) R\$ 1.500,00 a R\$ 3.000,00  
 ( ) R\$ 3.000,00 a R\$ 4.500,00  
 ( ) R\$ 4.500,00 a R\$ 7.000,00  
 ( ) Acima de R\$ 7.000,00

1. Qual o principal motivo que faz você NÃO se tornar um doador de sangue?

- (A) Indisponibilidade de tempo.  
 (B) Acredita que o ato de doar sangue não é importante.  
 (C) Sente medo de agulhas;  
 (D) Desconhece a necessidade de doações de sangue.  
 (E) Acredita que é possível a contaminação do sangue pelo material utilizado na coleta.  
 (F) Sua religião não permite.  
 (G) Motivos de saúde  
 (H) Outro Qual? \_\_\_\_\_

2. Em sua opinião, qual o principal fator que o motivaria a realizar uma doação de sangue?

- (A) Auxiliar pessoas que estejam necessitando;  
 (B) Pedido de um parente ou amigo.  
 (C) Campanhas sociais na mídia.  
 (D) Outro Qual? \_\_\_\_\_

3. Você acredita que os valores de um indivíduo influenciam o comportamento de doação de sangue?

- ( ) SIM ( ) NÃO

4. Se você respondeu sim na questão anterior, qual o principal valor que você acredita estar relacionado ao ato de doar sangue?

- (A) Altruísmo, ou seja, o ato de ajudar outras pessoas sem receber nenhum benefício em troca.  
 (B) Prazer  
 (C) Bem estar  
 (D) Apoio Social

- (E) Outro Qual? \_\_\_\_\_
5. Você reconhece a doação de sangue como um ato de importância social?  
( ) SIM ( ) NÃO
6. Em sua opinião, qual a principal estratégia para captação de doadores de sangue você considera como eficaz?  
(A) Campanhas sociais nos meios de comunicação;  
(B) Contato telefônico do Banco de Sangue solicitando uma doação.  
(C) Email enviado pelo Banco de Sangue, solicitando uma doação;  
(D) Palestras educativas em escolas;  
(E) Outra Qual? \_\_\_\_\_
7. Em sua opinião, qual a principal estratégia para captação de doadores de sangue que você considera como ineficiente?  
(A) Campanhas sociais nos meios de comunicação.  
(B) Contato telefônico do Banco de Sangue solicitando uma doação;  
(C) Email enviado pelo Banco de Sangue, solicitando uma doação;  
(D) Palestras educativas em escolas.  
(E) Outra Qual? \_\_\_\_\_
8. Em sua opinião, qual a principal estratégia que deveria ser implementada para que você viesse a realizar doações com maior frequência?  
(F) Campanhas sociais;  
(G) Contato telefônico do Banco de Sangue solicitando uma doação.  
(H) Email enviado pelo Banco de Sangue, solicitando uma doação;  
(I) Palestras educativas em escolas;  
(J) Outras Qual? \_\_\_\_\_

**APÊNDICE E**  
**ROTEIRO DE ENTREVISTA ESTUDO II - GRUPO DE DOADORES**

Código do participante: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_  
 Data: \_\_\_\_\_ Idade: \_\_\_\_\_  
 Cidade onde reside: \_\_\_\_\_  
 Escolaridade: \_\_\_\_\_ Email: \_\_\_\_\_  
 Ocupação: \_\_\_\_\_ Religião: \_\_\_\_\_  
 Renda média familiar:  
 R\$ 500,00 a R\$ 1.500,00  
 R\$ 1.500,00 a R\$ 3.000,00  
 R\$ 3.000,00 a R\$ 4.500,00  
 R\$ 4.500,00 a R\$ 7.000,00  
 Acima de R\$ 7.000,00

**Questões de Entrevista:**

1. O que significa o ato de doar sangue para você?
2. O que fez você se tornar um doador de sangue?
3. O que o motiva a continuar doando sangue?
4. Você reconhece a doação de sangue como um ato de importância social? Por quê?
5. É de seu conhecimento que doadores de sangue tem direito a um atestado de trabalho anual? Esse fator influencia na sua decisão de doar sangue ou não? Por quê?
6. Na sua opinião, que fatores poderiam influenciar os indivíduos a se tornarem doadores de sangue?
7. Fale-me sobre fatores que dificultam a sua doação de sangue?
8. Você tem alguma dúvida em relação à doação de sangue?
9. Você costuma doar sangue de forma espontânea ou para repor o estoque que fora utilizado? Comente sua resposta.
10. O que poderia ser aprimorado para que você continue sendo um doador?
11. Na sua opinião, que estratégias os serviços de hemoterapia poderiam utilizar para aumentar a captação de doadores?
12. Como ficou sabendo sobre este serviço de Hemoterapia?
13. Em sua opinião, algum convite, material ou divulgação foi importante para você decidir sobre a sua doação?
14. Na sua opinião, que estratégias os serviços de hemoterapia utilizam e que você considera pouco eficiente para aumentar a captação de doadores?
15. Em sua opinião, quais estratégias poderiam ser implementadas para que você realize doações com maior frequência?
16. Você gostaria de complementar suas respostas com alguma informação relevante para a pesquisa que não tenha sido questionada?

**APÊNDICE F****ROTEIRO DE ENTREVISTA ESTUDO II - GRUPO DE NÃO DOADORES**

Código do participante: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_  
Data: \_\_\_\_\_ Idade: \_\_\_\_\_  
Cidade onde reside: \_\_\_\_\_  
Escolaridade: \_\_\_\_\_ Email: \_\_\_\_\_  
Ocupação: \_\_\_\_\_ Religião: \_\_\_\_\_  
Renda média familiar:  
( ) R\$ 500,00 a R\$ 1.500,00  
( ) R\$ 1.500,00 a R\$ 3.000,00  
( ) R\$ 3.000,00 a R\$ 4.500,00  
( ) R\$ 4.500,00 a R\$ 7.000,00  
( ) Acima de R\$ 7.000,00

**Questões de Entrevista:**

1. O que significa o ato de doar sangue para você?
2. Que fatores o levaram a nunca doar sangue?
3. O que o motivaria a doar sangue?
4. Você reconhece a doação de sangue como um ato de importância social? Por quê?
5. Que fatores você acredita que poderiam influenciar os indivíduos a doarem sangue?
6. Que fatores dificultam a sua doação de sangue?
7. Quais dúvidas você tem em relação à doação de sangue?
8. O que poderia ser aprimorado para que você venha a se tornar um doador de sangue?
9. É de seu conhecimento que doadores de sangue tem direito a um atestado de trabalho anual? Esse fator influencia na sua decisão de doar sangue ou não? Por quê?
10. Na sua opinião, que estratégias os serviços de hemoterapia poderiam utilizar para aumentar sua captação de doadores? E para que você se torne um doador de sangue?
11. Em sua opinião, algum convite, material ou divulgação seria importante para você decidir sobre a sua doação?
12. Na sua opinião, que estratégias os serviços de hemoterapia utilizam e que você considera pouco eficiente para aumentar a captação de doadores?
13. Em sua opinião, que estratégias podem ser implementadas para que você realize doações com maior frequência?
14. Você gostaria de complementar suas respostas com alguma informação relevante para a pesquisa que não tenha sido questionada?

## **APÊNDICE G**

### **ROTEIRO PARA CONVITE POR EMAIL E SURVEY**

Este é um convite para preencher o questionário “Fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue”.

O questionário faz parte de uma pesquisa sobre os fatores que influenciam o comportamento de doação de sangue, realizada pela Pesquisadora Nanci Felix Mesquita, sob a orientação do Prof. Tor Gunnar Hugo Onsten e Prof<sup>a</sup> Ana Cláudia Souza Vazquez. O projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do HCPA.

Pretende-se saber quais as motivações, as dificuldades e os valores envolvidos no comportamento de doação de sangue. O questionário consiste de 8 a 12 perguntas e duas escalas sobre valores humanos, que podem ser respondidas em torno de 10 minutos.

A sua participação na pesquisa se dá através da ferramenta Survey Monkey, de forma totalmente anônima, sendo que ao responder ao questionário você está consentindo em participar desta pesquisa.

Para preenchê-lo, acesse:

<https://pt.surveymonkey.com/r/DoarsangueRS>

Este questionário deve ser preenchido até o dia 31/03/2017.

Agradecemos a disponibilidade