



Acta Paulista de Enfermagem

ISSN: 0103-2100

ape@unifesp.br

Escola Paulista de Enfermagem

Brasil

Giacomini, Luana; Lunardi Filho, Wilson Danilo
Estratégias para fidelização de doadores de sangue voluntários e habituais
Acta Paulista de Enfermagem, vol. 23, núm. 1, 2010, pp. 65-72
Escola Paulista de Enfermagem
São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=307026617020>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto



Estratégias para fidelização de doadores de sangue voluntários e habituais*

Strategies to increase recruitment of voluntary and habitual blood donors

Estrategias para obtener fidelidad de donadores de sangre voluntarios y habituales

Luana Giacomini¹, Wilson Danilo Lunardi Filho²

RESUMO

Objetivos: Detectar a significação do ato de doar sangue e elementos ligados à decisão de tornar-se um doador; conhecer as dúvidas ligadas à doação e opiniões quanto à organização do serviço; identificar estratégias mais eficientes para o desenvolvimento de um programa de doação voluntária e a relevância da relação profissional-usuário na conquista de doadores voluntários e habituais. **Métodos:** Estudo qualitativo de natureza exploratória. Os sujeitos foram 15 doadores voluntários de um banco de sangue. Foram realizadas entrevistas de janeiro a março de 2007, que foram gravadas e transcritas. **Resultados:** A doação é um ato solidário e salvador de vidas; as motivações refletem interesses pessoais e humanitários; deve-se informar e educar a população; a atitude do profissional influencia o comportamento do doador. **Conclusões:** Torna-se indispensável desenvolver uma comunicação para reduzir medos e motivar as pessoas bem como desenvolver uma filosofia de atendimento apoiada na humanização das relações para a fidelização de doadores voluntários. **Descritores:** Sangue; Doadores de sangue; Bancos de sangue.

ABSTRACT

Objectives: To understand the meaning of being a blood donor, to describe fears of blood donors regarding blood donation and organization of blood banks, and identify strategies to increase recruitment of voluntary and habitual blood donors. **Methods:** This was a qualitative exploratory study. Participants consisted of 15 voluntary blood donors from a local blood bank. Data were collected through taped interviews from January 2007 to March 2007. **Results:** Blood donation is a solidarity and life saving act. Motivation to donate blood reflected the donor's personal and human decision. There is a need to inform and educate the population regarding blood donation. Attitude of health care professionals can influence the behaviors of blood donors. **Conclusions:** There is a need to develop communication strategies to reduce fear and to motivate donation of blood. In addition, there is a need to develop a philosophy of care based on humanization to increase recruitment of voluntary and habitual blood donors.

Key words: Blood Donation; Blood donors; Blood Banks.

RESUMEN

Objetivos: Detectar el significado del acto de donar sangre y de los elementos ligados a la decisión de tornarse un donador; conocer las dudas ligadas a la donación y opiniones sobre la organización del servicio; identificar estrategias más eficientes para el desarrollo de un programa de donación voluntaria y la relevancia de la relación profesional-usuario en la conquista de donadores voluntarios y habituales. **Métodos:** Estudio cualitativo de naturaleza exploratoria. Los sujetos fueron 15 donadores voluntarios de un banco de sangre. Fueron realizadas entrevistas de enero a marzo de 2007, que fueron grabadas y transcritas. **Resultados:** La donación es un acto solidario y salvador de vidas; las motivaciones reflejan intereses personales y humanitarios; se debe informar y educar a la población; la actitud del profesional influye sobre el comportamiento del donador. **Conclusiones:** es indispensable desarrollar una comunicación para reducir miedos y motivar a las personas así como desarrollar una filosofía de atención apoyada en la humanización de las relaciones para obtener la fidelidad de los donadores voluntarios.

Palabras clave: Sangre; Donadores de sangre; Bancos de sangre.

* Texto elaborado a partir da dissertação "Elementos para a organização do trabalho em hemoterapia com vistas à fidelização do doador voluntário de sangue", apresentada ao Programa de Pós-graduação em Enfermagem da Universidade Federal do Rio Grande - Rio Grande (RS), Brasil.

¹ Mestre em Enfermagem. Enfermeira do Serviço de Hemoterapia da Santa Casa do Rio Grande - Rio Grande (RS), Brasil.

² Doutor em Enfermagem. Professor Associado II da Escola de Enfermagem da Universidade Federal do Rio Grande - Rio Grande (RS), Brasil.

INTRODUÇÃO

A captação de doadores de sangue é uma atividade voltada ao desenvolvimento de programas que objetivem conscientizar a população quanto à importância da doação voluntária. O trabalho deve voltar-se não apenas para assegurar a quantidade necessária de doadores, mas também para aprimorar o perfil das doações, garantindo a elevação do padrão de qualidade do sangue coletado e transfundido⁽¹⁾. Diante disto, uma luta comum aos serviços de hemoterapia é a conquista da fidelidade dos doadores, para que não falte sangue nos serviços, bem como para diminuir os doadores de última hora, os quais não são ideais porque não se pode acompanhar seu estado de saúde⁽²⁾.

Romper com os velhos modelos de captação de sangue, segundo os quais o doador só é convidado a doar quando alguém da família precisa, apresenta-se como tarefa de todos os profissionais da hemoterapia, bem como do governo e da sociedade como um todo⁽³⁾. Para tanto, é preciso que os serviços de hemoterapia que realizam coleta de sangue tenham consciência de que a fidelização de doadores de sangue ou a conquista de doadores de repetição exige que os mesmos sintam-se seguros quanto ao processo de doação e satisfeitos, durante o processo de atendimento. Assim, tornam-se necessários levantamentos de informações acerca dos níveis de satisfação dos doadores em relação ao serviço prestado, possibilitando o fornecimento de dados para a tomada de ações que possibilitem um número cada vez maior de doadores e, especialmente, de doadores satisfeitos⁽⁴⁾.

Além disso, a partir do conhecimento das necessidades, percepções e do comportamento dos doadores em relação ao sangue e sua doação, os bancos de sangue podem aprimorar suas relações com eles, possibilitando o aumento do número de doações voluntárias e seguras. Em outras palavras, a capacidade da instituição para o atendimento à população depende da sua capacidade de compreender e dominar esse ambiente e as relações que nele se estabelecem⁽⁵⁾.

Para que obtenha sucesso, um serviço de atendimento ao doador deve saber exercer a arte da boa captação de doadores, em que um conceito é chave: o conceito de cliente, que se refere tanto a doadores como receptores. Desta forma, o compromisso com o cliente tem, na qualidade do atendimento, um fator decisivo, pois, as pessoas lembram mais do serviço do que do seu produto e este é um processo que começa dentro da empresa⁽⁶⁾.

Desse modo, a temática da organização dos serviços de saúde e as práticas de atendimento à população revestem-se de importância estratégica, visando maior impacto sanitário e legitimação pela sociedade⁽⁷⁾. Deve-se optar por um modelo assistencial capaz de ajudar na implementação de um serviço com maior excelência e atendimento, baseado nos seres humanos envolvidos, conquistando sua adesão e fidelização.

Estas ações visam o estabelecimento de um vínculo entre doador e serviço, possibilitando o alcance de metas relativas tanto à quantidade como à qualidade do sangue disponível para o atendimento às necessidades da população. Nesta perspectiva, o acolhimento, como modelo assistencial, tem

importância reconhecida, uma vez que acesso e acolhimento são elementos essenciais para avaliação da qualidade dos serviços de saúde, pois contribuem para a procura pelo usuário⁽⁸⁾.

OBJETIVOS

Detectar a significação do ato de doar sangue; identificar elementos ligados à decisão de tornar-se um doador de sangue; Conhecer as dúvidas ligadas à doação de sangue; conhecer a opinião do doador, quanto à organização do trabalho realizado pelo serviço; Identificar quais estratégias são mais eficientes para o desenvolvimento de um programa mais efetivo de doação voluntária de sangue; Identificar a relevância da relação profissional-usuário na conquista de doadores voluntários e habituais.

MÉTODOS

O presente estudo, de caráter qualitativo e natureza exploratória, foi realizado no Banco de Sangue do Hospital Santa Casa da cidade do Rio Grande. Os sujeitos da pesquisa foram os doadores que se apresentaram como voluntários (doador espontâneo/voluntário – é aquele que doa motivado pelo ato de cidadania e solidariedade, sem vincular sua doação a um determinado paciente, e geralmente torna-se assíduo, sendo considerado doador voluntário e de repetição) ao Banco de Sangue, no período de janeiro a março de 2007, que atendiam aos critérios de seleção e que aceitaram participar, totalizando o número de 15 participantes (P1, P2, P3... P15). A seleção dos participantes foi do tipo amostragem por acessibilidade ou por conveniência, orientada por dois critérios principais: vínculo com a instituição (de pelo menos 12 meses com um mínimo de duas doações realizadas neste intervalo de tempo) e disponibilidade para dar os depoimentos.

Após a triagem clínica e hematológica, foi exposto aos doadores a finalidade e objetivos do estudo no serviço e, após explicação da justificativa e metodologia, realizado o convite para participação e solicitação da assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. A pesquisa foi desenvolvida dentro dos parâmetros contidos na Resolução nº 196/96, do Conselho Nacional de Saúde, que dispõe sobre pesquisas envolvendo seres humanos. O projeto de pesquisa foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Associação de Caridade Santa Casa do Rio Grande, em dezembro de 2006, Parecer nº. 041/2006. Por fim, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas para a coleta de dados, as quais foram gravadas e transcritas, sendo o material objeto de análise transcrito posteriormente. As questões enfocavam os sentimentos e pensamentos referentes à doação, motivações para começar e continuar a doar sangue, avaliação do atendimento prestado, influência da atitude do profissional durante o atendimento no retorno do doador, formas de estimular a doação de sangue.

Primeiramente, priorizando-se o discurso dos entrevistados como fonte de informação, foi realizada a leitura minuciosa e exaustiva dos depoimentos, a fim de serem

apreendidos os significados, argumentações e justificativas presentes nas falas. Após, os resultados foram organizados em categorias empíricas. A seguir, foi utilizada a análise temática do conteúdo com o intuito de evidenciar qualitativamente os significados, argumentações e justificativas emergentes dos dados empíricos em suas particularidades, articulados aos objetivos da pesquisa e fundamentados em estudos da mesma natureza realizados sobre a temática⁽⁹⁾.

RESULTADOS

A partir da análise das entrevistas, os dados foram organizados e classificados em quatro categorias:

Significação e o comportamento diante da doação de sangue

Os doadores entrevistados consideraram que a doação de sangue é um ato que demonstra a solidariedade e caridade humanas. O principal significado e importância da doação residem na possibilidade de poder salvar outras vidas: vidas que estejam necessitando de sangue:

“O significado é pra ajudar as pessoas que precisam de sangue” (P4);

“Eu acho assim: podendo salvar vidas, eu doo sangue...” (P6).

Com a doação, acreditam criar um sentimento de reciprocidade. Em outras palavras, doando sangue, crêem que, se um dia precisarem de uma transfusão, este ato também será realizado por outros em seu benefício:

“(...) assim como eu estou ajudando outras pessoas, eu posso um dia precisar também e eu espero que essas pessoas também possam me ajudar” (P2).

Os sentimentos predominantes revelados foram os de satisfação, bem-estar e felicidade:

“Ah! Eu me sinto bem” (P5); *“Bem, feliz”* (P6); *“Satisfeito”* (P8).

Entre os entrevistados, existe a consciência da constante necessidade de sangue, na qual o ato de doar aparece como um ato de desprendimento:

“(...) eu acho que a gente seria muito egoísta de saber que alguém precisa de um tipo de sangue e tu poder doar e tu não doar” (P5).

Além de ser considerado um procedimento simples, natural e com pouca dor:

“É uma coisa tão simples” (P13); *“É normal, não dói nada e ajuda muitas pessoas”* (P9).

Os motivos para começar e continuar a doar sangue refletem tanto interesses pessoais quanto humanitários.

Dentre os motivos pessoais, aparecem o ganho do dia de folga e o efeito na sua própria saúde como, por exemplo, o “afinamento do sangue grosso”:

“Pra ganhar a folga no trabalho e para ajudar quem precisa” (P1);

“Eu comecei porque uma vez eu fui no médico e ele disse que eu deveria doar sangue porque eu tinha o sangue grosso. Então, me faz bem” (P12).

Por outro lado, aqueles que doam com interesses humanitários o fazem porque desejam ajudar ao próximo e sabem da importância deste ato. Portanto, ou esta já era uma característica intrínseca ou foi estimulada por outras fontes como propagandas, amigos e/ou familiares:

“Eu sempre quis doar” (P4); *“Sempre foi por minha iniciativa. Uma vez eu ouvi uma campanha na tv e, aí, resolvi começar a doar”* (P13);

“A primeira vez que eu doe foi por conselho das pessoas que já tinham doado” (P15).

Avaliação da organização do serviço e do atendimento ao doador

Para parte significativa dos doadores entrevistados, o atendimento prestado ao doador, de modo geral, é bem avaliado:

“Ótimo! Comigo, nunca teve problema” (P1);

“Pra mim, sempre foi ótimo” (P4).

Opiniões negativas relacionaram-se à recepção, pela falta de espaço e conforto, demora decorrente da livre demanda ou algum erro na ordem de atendimento:

“Eu acho que, na recepção, às vezes, é um pouco demorado” (P2).

Também houve desagrado em relação à sala de coleta, devido, principalmente, à imperícia ou acidentes na hora da punção venosa:

“Eu vim aqui e fiquei com o meu braço roxo” (P3).

Estratégias para a promoção da doação de sangue altruísta

Para alguns dos doadores, ainda não está bem clara qual seria a possível participação do serviço na estimulação da doação voluntária de sangue:

“Eu, na realidade, eu não sei te dizer o que eles fazem pra chamar novas pessoas para serem voluntárias” (P6).

Entretanto, muitos dos doadores acreditam que a decisão

de tornar-se um doador está unicamente ligada à consciência das pessoas:

“Eu acho que vai mesmo das pessoas se conscientizarem e virem” (P2).

Na opinião dos entrevistados, o baixo número de doadores voluntários de sangue se deve, principalmente, aos medos e preconceitos ligados à doação - o medo de passar mal ou ser contaminado com alguma enfermidade, a falta de conhecimento e preparo da população quanto ao processo de doação e a cultura, que não desenvolve este tema socialmente:

“Porque tem muita gente que tem medo” (P4);

“Vou doar sangue e vou ser contaminada com isso ou com aquilo” (P5);

“Eu acho que vai vindo da cultura” (P9).

Recomendaram que se eduque, informe e motive a população para que mais sangue seja doado. Referiram que os meios para incentivar as pessoas a doarem sangue são as divulgações faladas e escritas, na forma de folhetos, jornais e campanhas na televisão e rádio:

“Tivesse folhetos na rua, pra incentivar as pessoas, né?” (P3);

“Acho que devia fazer mais propaganda, divulgar mais na tv, no rádio” (P11).

Os doadores entrevistados acreditavam ser importante realizar um trabalho junto aos jovens, àqueles que procuram o banco de sangue e à população em geral, transformando as pessoas não somente em doadores, mas também em multiplicadores, incentivando nelas o sentimento de solidariedade:

“Eu acho que mais é incentivar mais os jovens” (P4);

“falando com as pessoas, pras pessoas fazerem colaboração e ajudar as pessoas” (P15).

Outra sugestão dada é a de que o assunto deva ser divulgado, aliando-o ao lado emocional e humano das pessoas, demonstrando a importância de cada um fazer o que for possível para ajudar, enquanto puder ou estiver apto para isto:

“Eu penso que tem que divulgar mais e apelar pro lado emocional das pessoas, da necessidade de ajudar os outros, (...) enquanto eu puder, eu vou ajudar” (P13).

Também foi destacada a necessidade do trabalho educativo ser contínuo, para que se possa estabelecer o hábito da doação de sangue, evitando as campanhas emergenciais

com suas doações situacionais:

“Eu acho que tem que ser contínuo (...) tem alguém doente. Aí, a pessoa chega na tua casa e pede pra tu doar sangue” (P14).

Há muitas sugestões quanto aos horários e dias de coleta, instalações, espaço e área física, mas também há sugestões que podem facilitar, através da lembrança, o retorno dos doadores para novas doações como, por exemplo, um sistema de aviso, convite ou convocação.

Relação profissional-usuário na fidelização de doadores assíduos

Para muitos dos doadores entrevistados, a atitude do profissional, durante o atendimento ao doador, é fator que exerce grande influência na sua decisão em retornar ao serviço para realizar novas doações voluntárias. Além disso, o tratamento dispensado ao doador é quesito para a avaliação do serviço prestado:

“Com certeza, se for bem recepcionado, bem atendido, a gente sempre volta” (P8);

“Influencia o bom atendimento” (P4).

Mencionaram que atitudes positivas com o doador são aquelas que expressam, dentre outras, calma, paciência, carinho, atenção, simpatia e bom humor. Além das atitudes cordiais, consideraram primordiais as atitudes que demonstram educação e respeito. As atitudes positivas são valorizadas porque criam um ambiente seguro e descontraído, diminuindo a ansiedade e o medo diante da técnica da coleta de sangue:

“Ser carinhosa, atenciosa com as pessoas” (P6);

“Tratar bem a pessoa” (P10); “A paciência também ajuda bastante” (P14).

Referiram, ainda, que atitudes que denotem falta de educação, de atenção, de bom humor e de simpatia podem ser responsabilizadas por sentimentos de insatisfação e, com isso, dificultar o retorno das pessoas ao serviço:

“Às vezes, assim, não atender as pessoas com educação ou não dar a atenção que elas necessitam” (P8);

“Bom, eu acho que tratar a pessoa, assim, de mau humor, né?” (P10).

DISCUSSÃO

Quanto à significação e o comportamento diante da doação de sangue, a expressão de solidariedade e caridade humanas pelos doadores deste estudo é compartilhado por tantos outros doadores em todo o país, como tão bem o atestam os resultados de um outro estudo realizado no Brasil,

no qual, para 23,1% dos entrevistados, doar sangue é um ato bom/de amor/ato humanitário/caridade/solidariedade/fazer o bem/boa ação⁽¹⁰⁾.

Da mesma forma, a possibilidade de salvar vidas como a principal importância da doação foi, também, encontrada em um estudo que demonstra, “que o conhecimento preponderante acerca da importância da doação de sangue habitual reside na garantia de salvar vidas”⁽¹¹⁾.

Assim, a doação está ligada à solidariedade, que se faz presente na possibilidade de ajuda ao próximo e de poder, também, contar com a ajuda do outro, no futuro, criando uma reciprocidade. Estas manifestações também são corroboradas pelas opiniões de norte-americanos, cujos sentimentos que acompanham o ato da doação de sangue são, dentre outros, a compaixão, a obrigação moral, o altruísmo, a necessidade de aprovação social e a expectativa de reciprocidade. Com isto, percebe-se que a reciprocidade é um fator influente na decisão de tornar-se um doador⁽¹²⁾.

A manifestação da consciência da constante necessidade de sangue e da doação como um ato de desprendimento é corroborada pela assertiva de que toda doação de sangue deve ser altruísta, voluntária e não-gratificada direta ou indiretamente, assim como o anonimato do doador deve ser garantido. Portanto, esta percepção confirma que o sangue “é um elemento precioso que depende de um ato de desprendimento do doador”⁽¹³⁾.

Até mesmo por já estarem habituados ao procedimento, para os doadores, a doação de sangue é considerada um ato simples, natural e com pouca dor. Corroborando esta assertiva, do total de entrevistados de um estudo realizado nacionalmente, 89,3% afirmaram que a doação de sangue não afeta a saúde do doador⁽¹⁰⁾. Esta coincide com um estudo realizado em Cuba, o qual revelou que a maior parte dos entrevistados concordou que o sangue se repõe e que o volume é recuperado rapidamente, embora a qualidade (parte celular) demore dias ou meses para se reconstituir⁽¹⁴⁾.

Os doadores entrevistados referiram sentimentos positivos por poderem, a partir da sua doação, ajudar alguém necessitado e, por isso mesmo, realizam doações de sangue voluntárias e habituais. Poucos doadores reconhecem uma satisfação moral ou espiritual, mas, se presentes, como se pôde constatar, são mais frequentes no grupo de voluntários⁽¹⁵⁾.

O bem-estar é tão presente nos doadores que a doação, dessa forma, é considerada como um modo de ajudar a si mesmo, tornando-se uma pessoa melhor, por estar sendo solidário às necessidades alheias. Desse modo, “o papel do altruísmo nas sociedades modernas pode se fundir com as políticas de bem-estar e a moralidade das vontades humanas, principalmente, porque a difusão da cultura da cidadania cada vez mais se torna frequente”⁽¹⁶⁾.

Com relação aos motivos apontados para começar e continuar a doar sangue, resultados semelhantes aos encontrados com a realização deste estudo, são evidenciados em uma pesquisa que apresenta as motivações apontadas para a primeira doação, dividindo-as em três categorias: voltadas para o outro, voltadas para si e influências externas.

Dentre as motivações voltadas para o outro e que representam 80% dos dados, encontram-se a solidariedade, necessidade da família e responsabilidade coletiva. A renovação do sangue é o exemplo da motivação voltada para si e, dentro das influências externas, encontram-se a solicitação de amigos e familiares, campanhas nas emissoras de rádio e televisão, campanhas escolares, campanhas nos bairros e exemplos de pessoas públicas⁽¹¹⁾.

Com respeito à avaliação da organização do serviço e do atendimento ao doador, a boa avaliação do serviço por parte dos doadores é confirmada por outro estudo realizado, em que a maioria da população tem uma opinião positiva acerca dos bancos de sangue, ainda que exista uma minoria, cuja opinião seja desfavorável⁽¹⁷⁾. Da mesma forma, quando há opiniões negativas, estas geralmente estão relacionadas a elementos desfavoráveis como o tempo que toma uma doação, a falta de capacitação do pessoal para a venopunção, a desorganização do serviço, o mau trato e limitações na infra-estrutura e equipamentos disponíveis⁽¹⁷⁾.

No que tange às estratégias para a promoção da doação de sangue altruísta, muitos são os elementos que atrapalham o desenvolvimento da conscientização das pessoas acerca da doação, principalmente aqueles ligados ao medo, preconceitos, dúvidas e desinformação. Estas manifestações são corroboradas pela assertiva de que a falta de tempo, a desmotivação e o esquecimento, bem como a crença na possibilidade de contaminação e o medo da agulha aparecem como os maiores e principais dificultadores relacionados à doação⁽¹⁸⁾.

A exposição do tema nos meios de comunicação ainda é limitada e inefetiva, necessitando de uma educação informativa, motivacional e conscientizadora. Para que isto aconteça, mostra-se necessário “tratar temas como os benefícios e riscos da doação, desfazer os mitos e crenças e informar sobre o processo, a necessidade de sangue, a importância da doação e o uso do sangue coletado”⁽¹⁷⁾.

Desta forma, os meios de comunicação de massa apresentam-se como grandes aliados na divulgação da doação de sangue. Estas manifestações coincidem com as opiniões de 23,1% dos entrevistados de um estudo brasileiro⁽¹⁰⁾, que manifestaram que deveria haver campanhas para que mais pessoas doassem sangue. Neste mesmo estudo, para 50,9% dos entrevistados, a melhor forma de transmitir mensagens sobre a doação seria pela televisão e 30,4% dos entrevistados consideram que as mensagens para incentivar a doação de sangue deveriam ser divulgadas através de *folders*, folhetos, panfletos e cartazes⁽¹⁰⁾.

Desse modo, divulgar constantemente o assunto é uma boa estratégia, pois, assim como muitos responderam aos chamados e campanhas, outros também podem vir a fazê-lo, além de reforçar ou relembrar àqueles que já doaram para que façam novas doações. Em outras palavras, agradaria ouvir ou ver mensagens mais frequentes sobre a doação para estarem mais e melhor informados e educados, motivados e conscientizados, pois consideram que elas incitam à solidariedade, ajudam a reduzir o medo, dirimir dúvidas e ganhar mais confiança e segurança, além de estimular hábitos

saudáveis de vida e cuidado nas condutas de risco⁽¹⁵⁾.

Ganha destaque o trabalho com os jovens, pois, neste contexto, a juventude pode ser um fator preponderante na conquista de doadores de sangue voluntários e fidelizados, haja vista a grande maioria dos jovens ainda não estar imbuída das idéias pré-estabelecidas presentes na sociedade brasileira, acerca da doação de sangue e, por conseguinte, estar mais receptiva às ações educativas propiciadas⁽¹¹⁾.

Além disso, uma estratégia é a divulgação aliada ao lado emocional e humanitário das pessoas. Em outras palavras, para convencer uma pessoa para que doe sangue, precisa-se fazer menção à utilidade dessa ação como salvadora de vidas e que é uma responsabilidade comunitária, além de sensibilizar, através de testemunho de experiências, e transmitir que a hemoterapia não é mais um negócio ou comércio⁽¹⁵⁾.

O trabalho educativo contínuo aparece como um meio para o estabelecimento do hábito da doação. Desse modo, os esforços que se realizam devem apontar para além de atender às necessidades imediatas de sangue e de seus componentes, numa comunidade e em um dado momento, pois o objetivo dos bancos de sangue não é somente incorporar doadores voluntários, mas ganhar a doação repetida, já que o sangue é mais seguro, quando proveniente de pessoas melhor informadas e que tenham sido submetidas a provas periódicas de laboratório⁽¹⁷⁾.

Na conquista de doadores de repetição, deve-se valer de instrumentos que facilitem o retorno do doador, como no caso de um sistema de aviso/convocação. Portanto, além de ministrar informação suficiente à população, deve-se solicitar explicitamente a doação, podendo-se utilizar a execução de programas de recrutamento telefônico, o envio de correspondência ou a realização de eventos especiais⁽¹⁵⁾.

No tocante à relação profissional-usuário na fidelização de doadores assíduos, o bom atendimento contribui para o retorno do doador e faz parte dos quesitos de avaliação do serviço. Os doadores desejam receber atendimento atencioso e respeitoso bem como sentir que são valorizados pela contribuição que fazem através da doação do seu sangue. Assim, pode-se perceber que os doadores desejam e precisam ser acolhidos em suas necessidades de carinho, de valorização, de reconhecimento e informação pela equipe que os atendem. Portanto, a satisfação do doador deve ser uma preocupação constante de quem presta o serviço e interage com ele, por ser este um fator determinante para ganhar a fidelidade das pessoas como doadores voluntários de sangue⁽¹⁷⁾.

Desse modo, em relação ao acolhimento, é interessante notar que os sentidos atribuídos às palavras não se correlacionam diretamente às questões de saúde, mas podem-se identificar alguns de seus significados como: “atenção, consideração, abrigo, receber, atender, dar crédito a, dar ouvidos a, admitir, aceitar, tomar em consideração, oferecer refúgio, proteção ou conforto físico, ter ou receber alguém junto a si”, ou seja, atributos de atenção integral à saúde, enfim, atributos da integralidade do cuidado⁽¹⁹⁾.

Para os doadores, é importante o estabelecimento de um ambiente seguro contribuindo para a diminuição do medo e ansiedade presentes no momento da doação. Deste modo, no

atendimento ao doador, deve-se recebê-lo com simpatia e cordialidade, tratando-o pelo nome completo, dando-lhe atenção e assistência constante, de maneira que ele se sinta bem e queira retornar ao serviço, tornando-se um doador de sangue habitual. Portanto, é importante que sejam dadas informações suficientes e necessárias sobre todos os procedimentos a serem adotados, visando a diminuir a ansiedade, o nervosismo e o medo⁽²⁰⁾.

Em relação à insatisfação, poucos são os doadores que fazem reclamações. Numa pesquisa realizada no Brasil, apenas 5,7% dos entrevistados disseram que ficaram insatisfeitos na última doação de sangue. O motivo predominante foi o mau atendimento⁽¹⁰⁾. Diante disto, para a conquista de uma clientela fiel, deve-se evitar o “boca a boca” negativo.

Nesta mesma pesquisa, foi possível identificar que, dos clientes insatisfeitos, apenas 4,0% reclamam. Os demais (96,0%) ficam calados, porém, trocam de produto ou de serviço e, ainda, farão o “boca a boca” negativo, passando uma visão negativa do serviço para outros possíveis clientes⁽¹⁰⁾. Portanto, na maioria das vezes, o cliente não reclama, pois acredita que não vale a pena o tempo ou o problema. Além disso, não sabem como registrar a queixa e acreditam que seria inútil porque as pessoas da empresa não se importam com eles ou com suas reclamações⁽⁶⁾.

Desse modo, para atender a esta população, os profissionais precisam utilizar habilidades interpessoais, sendo importante ouvir dúvidas e queixas, enfatizar a cidadania refletida no ato da doação, desculpar os medos e responsabilizar-se pela ação de formar e informar doadores conscientes e participativos⁽⁶⁾. Portanto, mostra-se necessário implementar programas eficientes de educação continuada para instruir as pessoas sobre temas relacionados com a segurança do sangue e seus componentes, incluídas as diferentes etapas do processo de doação. Adicionalmente, deve-se insistir na necessidade de capacitar todo o pessoal que interage com os doadores, acerca do atendimento ao público. É preciso melhorar a atenção e o trato brindados ao doador⁽¹⁷⁾.

CONCLUSÕES

As informações sobre a opinião e sentimentos dos doadores são importantes para a organização e administração dos serviços, pois propiciam o conhecimento dos atributos considerados por eles. Estas informações podem servir de base para a elaboração de um projeto que tenha por objetivo educar, mobilizar, captar e fidelizar um público crescente, quanto à importância da doação voluntária e periódica de sangue, levando-o a participar ativamente do processo de doação de sangue, de forma consciente e responsável. O acolhimento, com vistas à escuta e identificação de necessidades, possibilita o compartilhamento de informações sobre o usuário e a identificação de aspectos que possam estar interferindo no processo de vinculação/fidelização dos doadores, viabilizando o acompanhamento e avaliação da atenção prestada.

A partir dos dados obtidos, percebe-se que é indispensável

o desenvolvimento de uma comunicação social eficaz, que contemple a informação e a educação, visando reduzir os medos, tabus e falsas idéias que podem estar desmotivando muitas pessoas a tornarem-se doadoras de sangue. Para tanto, deve-se elaborar ou produzir meios, materiais, mensagens que tenham como função não apenas informar e desmistificar os efeitos da doação, mas, também, despertar a generosidade e solidariedade e educar quanto à necessidade de doadores saudáveis, princípios básicos da doação de sangue voluntária.

Assim, deve-se explorar tanto os sentimentos dos que doam como daqueles que ainda não doam para que percebam que a doação de sangue se faz de pessoas para pessoas e que, portanto, a responsabilidade pelo abastecimento deste produto é de cunho social. Também é relevante o estabelecimento de espaços de comunicação com os doadores e a comunidade e com empresas e instituições que apóiam a doação, dando participação como gestores e identificando de forma permanente as motivações para não doar e seu impacto, bem como estabelecer e manter boas relações com os meios de comunicação e publicidade para difundir a cultura da doação voluntária, de forma clara, correta e de maneira entusiasta, a todos os segmentos sociais.

Por outro lado, o serviço precisa desenvolver uma filosofia de atendimento aos doadores apoiada na humanização das

relações, procurando estar aberto e atento aos questionamentos e críticas e responder de forma correta, orientando e acalmando. Enfim, entender que as queixas podem servir para melhorar o serviço. Além disso, precisa desenvolver meios para avaliar e medir, de forma permanente, os resultados de indicadores de satisfação que permitam orientar a necessidade de ajustar a prestação da assistência. Neste contexto, também é de extrema valia a implantação de melhorias nos aspectos que estão diretamente relacionados à execução do trabalho para realizar o acolhimento, como a ampliação do horário de atendimento, administração da demanda e melhor espaço físico e instalações, proporcionando conforto e bem-estar aos usuários e conquistar a sua fidelidade.

Este trabalho possibilitou a identificação de aspectos considerados na perspectiva do usuário e que devem ser pensados e internalizados pelos serviços de hemoterapia, a fim de que o acolhimento possa ser planejado, implantado e implementado como prática assistencial com foco no cliente, sujeito-objeto de todas as ações. Assim, pode-se inferir que, a realização de uma escuta ampliada e pactuada, pode, apesar das limitações presentes no serviço, produzir intervenções resolutivas e construtoras de vínculo, apoiadas em valores humanos, solidários e de cidadania responsável.

REFERÊNCIAS

1. Secretaria de Estado da Saúde (RS). Manual de Captação de Doadores de Sangue. Porto Alegre: Secretaria de Estado da Saúde; 2003.
2. Rogério C. A fraternidade é vermelha. Saúde Paulista. Comunicação Unifesp – Escola Paulista Medicina [Internet] 2004 [citado 2006 Out 12]. Disponível em <http://www.unifesp.br/comunicacao/sp/ed12/capa.htm>
3. Amorim Filho L. Hemoterapia: uma abordagem histórica e social. In: Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, organizador. Textos de Apoio em Hemoterapia. Rio de Janeiro: Fiocruz; 2000. (Série Trabalho e Formação em Saúde). v 1.
4. Borges VL, Martinez EZ, Bendini MH, Costa MAGF, Ferreira SCL. Avaliação da fidedignidade de um instrumento voltado à satisfação do doador de sangue. Rev Bras Epidemiol. 2005;8(2):177-86.
5. Ludwig ST, Rodrigues ACM. A Doação de sangue: uma visão de marketing. Cad Saúde Pública = Rep Public Health. 2005;21(3):932-9.
6. Organização Panamericana de Saúde. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Fazendo a diferença. Captando doadores voluntários de sangue. Julho 2003 [Internet]. [citado 2006 Out 12]. Disponível em http://www.anvisa.gov.br/sangue/cursos/oficina_pndvs
7. Silva Júnior AG. Modelos tecnoassistenciais em saúde: o debate no campo da saúde coletiva. São Paulo: Hucitec; 1998.
8. Ramos DD, Lima MADS. Acesso e acolhimento aos usuários em uma unidade de saúde de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil. Cad Saúde Pública. 2003;19(1):27-34.
9. Minayo MCS. Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 9a. ed. Petrópolis: Vozes; 1998.
10. Ministério da Saúde (BR). Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA [Internet]. Pesquisa revela perfil de doadores e não-doadores de sangue. Brasília, 11 de janeiro de 2006.[citado 2006 Ago 12]. Disponível em http://www.anvisa.gov.br/divulga/noticias/2006/110106_1.htm
11. Moura AS, Moreira CT, Machado CA, Vasconcelos Neto JA, Machado MFAS. Doador de sangue habitual e fidelizado: fatores motivacionais de adesão ao programa. RBPS. 2006;19(2):61-8.
12. Santos A. A hemoterapia e a qualidade total: um modelo de sistema padronizado para o controle da qualidade do sangue [dissertação]. Florianópolis: Programa de Mestrado em Assistência de Enfermagem, Universidade Federal de Santa Catarina; 1997.
13. Dorlhiac-Llacer PE. Doação de sangue e testes laboratoriais no sangue do doador. In: Chamone DAF, Novaretti MCZ, Dorlhiac-Llacer PE. Manual de transfusão sanguínea. São Paulo: Roca; 2001. p. 2-8.
14. Alfonso Valdés ME, Lam Díaz RM, Ballester Santovenia JM, Cao Fonticoba W, Ballester Planes L, Morales Breijo CJ, et al. Aspectos socioculturales relacionados con la donación de sangre en Cuba. Rev Cubana Hematol Inmunol Hemoter. 2002;18(3):1-9.
15. Gallego M, Muñoz L, Cortés A. Características socioculturales de los donantes y no donantes de sangre en Colombia. Colomb Med. 2000;31(3):99-109.
16. Pimentel MA. A questão do sangue: rumos das políticas públicas de hemoterapia no Brasil e no exterior [tese]. Rio de Janeiro: Universidade Estadual do Rio de Janeiro.

- Instituto de Medicina Social; 2006.
17. García Gutiérrez M, Sáenz De Tejada E, Cruz JR. Estudio de factores socioculturales relacionados con la donación voluntaria de sangre en las Américas. *Rev Panam Salud Pública*. 2003;13(2/3):85-90.
 18. Lis T. Homens são a maioria entre os doadores de sangue. Pesquisa aponta perfil dos doadores em Juiz de Fora. 22/07/03 [Internet]. [citado 2006 Jun 9]. Disponível em: http://www.acessa.com/viver/arquivo/vida_saudavel/2003/07/22-doacao_sangue/
 19. Gomes MCPA, Pinheiro R. Acolhimento e vínculo: práticas de integralidade na gestão do cuidado em saúde em grandes centros urbanos. *Interface Comun Saúde Educ*. 2005;9(17):287-302.
 20. Soares BMD, Almeida D, Silva MLB, Ribinik MLR. Coleta de sangue de doadores. Brasília: Ministério da Saúde, Coordenação Nacional de Doenças Sexualmente Transmissíveis e Aids; 1998. 42 p.: il. (Série TELELAB).