

CAMPANHA “BAHAMAS 15 ANOS” COMO ESTRATÉGIA DE CAPTAÇÃO DE DOADORES DE SANGUE NA FUNDAÇÃO HEMOMINAS JUIZ DE FORA

Ianka Cristina Ernesto¹, Máisa Marques Magalhães¹, Dandara Emery Morais Sana²,
Nathália Chebli Abreu², Daniela de Oliveira Werneck Rodrigues³

Introdução: a captação de um maior número de doadores de sangue é uma ferramenta estratégica da atenção primária para manutenção dos estoques adequados de hemocomponentes dos hemocentros. A Hemominas de Juiz de Fora atende à demanda de 57 hospitais em 27 cidades da região com cerca de 5 mil transfusões por mês. Assim, são necessários 160 candidatos à doação por dia. Com a finalidade de aumentar a conscientização do ato voluntário de doar sangue, a Fundação Hemominas estabeleceu uma parceria com o Grupo Bahamas, caracterizada por mobilizações anuais, que resultou na realização da campanha de doação “Bahamas 15 anos”, em 2017. **Objetivo:** conscientizar e esclarecer as dúvidas dos funcionários do Grupo Bahamas de Juiz de Fora sobre doação de sangue. **Métodos:** A campanha “Bahamas 15 anos” ocorreu, entre agosto e outubro de 2017, com a participação de 20 lojas do grupo e cerca de 1108 funcionários. Foram realizadas palestras padronizadas, ministradas por profissionais da equipe de captação de doadores, abordando a importância do ato voluntário e os requisitos básicos para doação de sangue, as etapas do processo de coleta, as indicações da coleta de 2ª amostra, o método de entrega dos resultados dos exames, o direito ao abono de ponto e o cadastro no Banco de Medula Óssea. Ao finalizar o processo de conscientização foi entregue folder informativo aos ouvintes. Os autores buscaram nas bases Pubmed e Scielo, utilizando as palavras chaves “doadores de sangue”, “medula óssea” e “conscientização”, produção científica tipo artigo de dados e de revisão de literatura, entre janeiro de 2011 a março de 2018. **Resultados:** o contato próximo com os potenciais doadores permitiu a identificação de concepções, valores e sentimentos relacionados ao ato de doar sangue, possibilitando o esclarecimento de crenças infundadas que ainda são disseminadas na sociedade. Após a campanha, 501 funcionários doaram sangue na Fundação Hemominas Juiz de Fora, correspondendo a 45% dos abordados com incremento nos estoques de sangue, reduzindo o impacto negativo das festas de fim de ano e férias. **Conclusão:** a campanha “Bahamas 15 anos” tornou-se uma importante ferramenta de conscientização sobre a doação de sangue, possibilitando a captação de novos doadores e a fidelização de funcionários que já eram doadores regulares. Ações realizadas na atenção primária junto à comunidade são essenciais à resolutividade da saúde nas atenções secundária, terciária e quaternária.

PALAVRAS-CHAVE: Doadores de Sangue; Medula Óssea; Conscientização.

REFERÊNCIAS

1. Bagot KL, Murray AL, Masser BM. How Can We Improve Retention of the First-Time Donor? A Systematic Review of the Current Evidence. *Transfus Med Rev.* 2016 Apr.; 30(2):81-91.
2. Barboza SIS, Costa FJ. Marketing social para doação de sangue: análise da predisposição de novos doadores. *Cad. Saúde Pública* [Internet]. 2014 jul.; 30(7):1463-74.
3. Rodrigues SMR, Reibnitz KS. Estratégias de captação de doadores de sangue: uma revisão integrativa da literatura. *Texto Contexto Enferm.* 2011 abr./jun.; 20(2):384-91.

¹ Acadêmico de Medicina da Universidade Presidente Antônio Carlos – Juiz de Fora.

² Acadêmico de Medicina da Faculdade de Ciências Médicas e da Saúde de Juiz de Fora.

³ Hematologista da Fundação Hemominas Juiz de Fora.

E-mail: ianka.cristina@gmail.com.

Agradecimentos: Setor de Captação de Doadores da Fundação Hemominas

4. 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. Brasília: Ministério da Saúde; 2015.