

ESTRATÉGIAS PARA CAPTAÇÃO DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS PARA SEREM DOADORES VOLUNTÁRIOS DE SANGUE: REVISÃO NARRATIVA

Teodoro Marcelino da Silva¹, Ingrid Mikaela Moreira de Oliveira², Lúgia Xavier de Lima³, Mariana Andrade de Freitas⁴; Franceildo Jorge Felix⁵, Natália Bastos Ferreira Tavares⁶

¹Universidade Regional do Cariri/ Unidade Descentralizada de Iguatu,
teodoro.marcelino.s@gmail.com

²Universidade Estadual do Ceará, ingrid_lattes@hotmail.com.

³Universidade Regional do Cariri/ Unidade Descentralizada de Iguatu,
ligiavaxier.14@gmail.com

⁴Universidade Regional do Cariri/ Unidade Descentralizada de Iguatu,
marianapc2@hotmail.com

⁵Universidade Federal de Campina Grande, dr.franceildo@gmail.com

⁶Universidade Regional do Cariri/ Unidade Descentralizada de Iguatu,
nataliabastosf@hotmail.com

Resumo

Objetivo: Objetivou-se identificar, conforme a literatura científica, as estratégias de captação de estudantes universitários para se tornarem doadores voluntários de sangue. **Método:** Trata-se de revisão narrativa da literatura, desenvolvida entre os meses de abril a maio de 2021 nas bases de dados LILACS, MEDLINE e BDNF indexadas na Biblioteca Virtual em Saúde (BVS). Utilizou-se a seguinte estratégia de busca: Doadores de Sangue AND Estudantes AND Instituições de Ensino Superior AND Serviços de Hemoterapia. Após aplicação dos filtros e critérios de elegibilidade, foram selecionados 12 artigos para compor amostra final. Realizou-se a leitura na íntegra e extração das informações relevantes dos artigos selecionados. Os dados foram discutidos à luz da literatura científica pertinente à temática em estudo. **Resultados:** Mediante o processo analítico dos dados, evidenciou-se que as estratégias de captação de doadores voluntários de sangue voltadas aos estudantes das instituições do ensino superior, se tratam de informes publicitários vinculados nas mídias sociais; a utilização das redes sociais, principalmente *Facebook*® e *Instagram*®; a divulgação de panfletos, cartazes e cartilhas educativas acerca da importância da doação voluntária de sangue e a necessidade de recrutar e fidelizar novos doadores voluntários. Além disso, constatou-se que houveram outras estratégias como o desenvolvimento de aplicativos móveis, realização de coleta externa de sangue nas universidades e da realização de atividades educativas em saúde. **Considerações Finais:** Portanto, torna-se essencial recrutar e fidelizar os jovens universitários mediante as estratégias de captação de doadores de sangue, por constituir um público saudável e que poderão realizar as doações de sangue por longos períodos.

Palavras-chave: Doadores de Sangue. Estudantes. Instituições de Ensino Superior. Serviços de Hemoterapia.

Área Temática: Temas Livres.

Modalidade: Trabalho completo.

1 INTRODUÇÃO

O sangue constitui um dos elementos essenciais para a sobrevivência humana que, até então, não pode ser substituído artificialmente (OTÉRO *et al.*, 2020). Caracteriza-se como um tecido conjuntivo especializado de consistência líquida, constituído por três tipos principais de células: os eritrócitos, constituídos pelas hemácias; os leucócitos, constituídos pelas células brancas, e por fim, os trombócitos, representados pelas plaquetas. No organismo humano, o sangue desempenha diversas funções vitais para o bom funcionamento (CAPRA, 2013; SMELTZER, 2016).

Diante disso, a obtenção e a concessão de sangue constituem um problema de interesse em nível mundial, visto que é uma substância essencial para a vida, sendo que no Brasil a obtenção deste tecido se dá mediante a efetivação das doações voluntárias de sangue (MACEDO *et al.*, 2015). A doação de sangue constitui um gesto solidário e altruísta, na qual o doador por livre espontânea vontade, permite a retirada de uma certa quantidade do seu próprio sangue, para ser armazenada em um banco de sangue e/ou hemocentro que posteriormente será utilizado nas transfusões sanguíneas (MALHEIROS *et al.*, 2014).

Nesse sentido, observa-se que as demandas emergenciais por sangue têm se elevado no decorrer dos anos devido ao número crescente de acidentes, doenças, procedimentos cirúrgicos e violências. Deste modo, as doações de sangue não acompanham a crescente realização de transfusões sanguíneas diárias nos serviços de saúde (LOCKS *et al.*, 2019). No Brasil, a realidade não é diferente e ainda se torna mais preocupante, posto que o percentual de doadores voluntários é de aproximadamente 1,8%, índice considerado inferior comparado com o proposto pela Organização Mundial em Saúde, que seria entre 3% a 5%, este considerado o ideal (PEREIRA *et al.*, 2016).

Frente a isso, vale destacar que todo o contexto sócio-cultural brasileiro tem se mostrado oposto à doação espontânea de sangue, isso justifica-se perante os mitos, tabus, preconceitos ainda arraigados na contemporaneidade. Um exemplo clássico e que merece destaque, se refere ao preconceito acerca da realização de doações de sangue por membros da comunidade LGBTQIA+, pois se acreditava que eram os únicos a adotarem comportamento de risco e a

adquirirem alguma infecção sexualmente transmissível, destacando o HIV/AIDS (MOURA *et al.*, 2006; SOUZA JÚNIOR *et al.*, 2020).

Logo, recrutar novos doadores voluntários de sangue e/ou fidelizar os doadores que já eram, é uma das metas dos serviços de hemoterapia que buscam a manutenção do estoque de sangue, de modo que possa garantir bolsas de sangue em quantidades suficientes para suprir as transfusões sanguíneas necessárias diariamente. Sendo assim, desenvolver estratégias de captação de doadores voluntários de sangue voltadas aos estudantes universitários tornam-se cada vez mais necessárias, em virtude de que os jovens universitários possuem muitos anos pela frente para efetivação das doações; apresentam ser saudáveis que, por vezes, elevam as chances de estarem aptos às doações e por acreditarem que como são universitários, possuem um conhecimento mais aprofundado acerca da doação não remunerada e assim serem mais sensibilizados com a causa (OTÉRO *et al.*, 2020).

Torna-se de fundamental importância estimular a doação de sangue entre os jovens das instituições de ensino superior mediante as estratégias de captação, sendo que as estratégias devem incorporar a doação de sangue como um gesto altruísta e solidário, demonstrando que os doadores têm como objetivos salvar vidas e beneficiar alguém que esteja precisando de sangue, do mesmo modo obter satisfação emocional perante a responsabilidade social. Assim, estratégias como práticas educativas em saúde; desenvolvimento de projetos universitários; as coletas externas de sangue nas universidades; utilização das mídias; palestras; panfletos e os certificados de doadores são alternativas consideradas seguras e eficazes para atrair os estudantes universitários a virem se tornar doadores habituais de sangue (RAGHUWANSHI; PEHLAJANI; SINHA, 2016).

Diante da problemática apresentada, objetivou-se identificar, conforme a literatura científica, as estratégias de captação de estudantes universitários para se tornarem doadores voluntários de sangue.

2 MÉTODO

Trata-se de revisão narrativa da literatura, do tipo exploratória-descritiva com abordagem qualitativa. Os estudos de revisão narrativa são os que buscam descrever o estado da arte de um determinado assunto em questão, sob o ponto de vista teórico e/ou contextual (BOTELHO; CUNHA; MACEDO, 2011). São estudos que normalmente possuem uma pergunta de pesquisa ampla e que não se faz necessário de rigor metodológico com procedimentos ou critérios sistemáticos para seleção e análise dos estudos. O processo analítico

e interpretativo dos dados se dá por meio da subjetividade dos autores (GRUPO EDUCAÇÃO, 2014).

O levantamento dos dados ocorreu no período de abril a maio de 2021, de forma pareada por dois pesquisadores nas seguintes bases de dados: Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS); *Medical Literature Analysis and Retrieval System on-line* (MEDLINE) e a Base de Dados de Enfermagem (BDENF) indexadas ao portal da Biblioteca Virtual em Saúde (BVS). Nas bases de dados, utilizou-se o cruzamento dos seguintes descritores em ciências da saúde: “Doadores de Sangue”; “Estudantes”; “Instituições de Ensino Superior” e “Serviços de Hemoterapia” através do operador booleano *AND*. Adotando-se a seguinte estratégia de busca: Doadores de Sangue *AND* Estudantes *AND* Instituições de Ensino Superior *AND* Serviços de Hemoterapia.

Empregou-se os seguintes filtros: artigos completos e disponíveis para leitura na íntegra; nos idiomas português, inglês e espanhol; e sem recorte temporal visando elevar a abrangência da busca. Logo após, realizou-se a leitura dos títulos e resumos dos estudos encontrados. Aplicou-se como critério de inclusão: os artigos que tratassem sobre a temática, objeto de estudo. Foram excluídos os estudos de revisão e os duplicados nas bases de dados.

Posterior a seleção dos estudos e aplicação dos critérios de inclusão e exclusão, obteve-se uma amostra final de 12 artigos que subsidiaram a realização desta revisão. Os dados obtidos foram apresentados de forma interpretativa-descritiva e discutidos à luz da literatura científica pertinente à temática em estudo.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Verificou-se que os estudos (n=10; 83,33%) objetivaram evidenciar as estratégias de captação de doadores voluntários de sangue existentes, mencionando as estratégias voltadas aos estudantes universitários, com o intuito de recrutá-los e fidelizá-los a se tornarem doadores de sangue habituais. Além disso, os demais estudos (n=2; 16,66%) objetivaram demonstrar a aplicabilidade de estratégias de captação utilizadas remotamente durante o período pandêmico de *Coronavirus Disease-2019* (COVID-19).

No estudo de Carlesso *et al.* (2017) e Veran *et al.* (2015) evidenciaram que as estratégias de captação de doadores voluntários de sangue direcionadas aos estudantes matriculados nas instituições do ensino superior, se tratou do envio de cartas, mensagens de texto via celular, *e-mails* e ligações telefônicas aos estudantes universitários e aos demais públicos que, já tinham realizado alguma doação de sangue, com o intuito de convidá-los novamente a efetivar uma

nova doação de sangue e aproveitando o momento para convencê-los a serem doadores de sangue habituais .

Deste modo, estratégias de captação como estas têm como propósito de informar aos doadores sobre a necessidade de manterem os cadastros atualizados nos referidos hemocentros e/ou bancos de sangue, bem como sensibilizá-los sobre a importância de se tornarem doadores fidelizados (ARAÚJO *et al.*, 2010). Acerca disso, no estudo de Bousquet, Aleluia e Luz (2018) pontuaram que estas estratégias no ensino superior, tem se tornando métodos eficazes na captação e sensibilização de acadêmicos.

Além disso, o estudo de Carlesso *et al.* (2015) trazem como estratégia de captação, a realização de atividades educativas em saúde durante a sala de espera prévia à efetivação da doação de sangue, já que os profissionais atuantes nos setores de hemoterapia aproveitam o momento para esclarecer possíveis dúvidas e sensibilizar os acadêmicos a virem a se tornar doadores espontâneos, bem como estarem constantemente estimulando os familiares, parentes e amigos a realizarem esta atitude altruísta e voluntária.

Identificou-se em dois estudos que a doação de reposição foi apontada como estratégia de recrutamento de estudantes universitários para realização das doações sanguíneas, onde utilizou-se do próprio convite apelativo aliado ao componente educativo realizado pelos hemocentros, pelas instituições de ensino superior, parentes e amigos para atender às necessidades de um indivíduo específico que esteja necessitando de sangue. Esta estratégia tornou-se uma alternativa de *marketing* de baixo-custo e ocasionou uma sensibilização maior dos estudantes universitários (RODRIGUES; LINO; REYBNITZ, 2011; VERAN *et al.*, 2015).

Além disso, Rodrigues, Lino e Reybnitz (2011) apontaram ainda como estratégias de captação, a expressiva veiculação de informes publicitários apelativos de cunho educativo e a estratégia de coleta de sangue externa, onde equipe multiprofissional formada por médicos e enfermeiros especializados na área de hemoterapia se deslocam até às universidades em uma unidade móvel, para que possam realizar palestras e ações educativas com este público, de modo a facilitar que os estudantes universitários possam realizar as doações sem ter que necessariamente se deslocarem até hemocentros e/ou bancos de sangue, agilizando assim, todo processo que envolve a efetivação da doação, os cadastros e o recrutamento de novos doadores voluntários (RODRIGUES; LINO; REYBNITZ, 2011).

Acerca disso, as coletas externas tem sido uma estratégia de captação amplamente empregada pelos hemocentros e que contribui para a manutenção do estoque de bolsas de sangue, pois facilita o processo de doação de sangue para aqueles indivíduos que, por algum motivo, possuem dificuldades em se deslocar até bancos de sangue. Acredita-se que este fator

poderá ser decisivo para que os acadêmicos se tornem doadores habituais e regulares. Desta maneira, observa-se que as tecnologias digitais de comunicação e interação (TDICs) tem se tornado forte aliado nesta questão, pois os hemocentros através dos sites e redes sociais diariamente divulgam os informes acerca dos agendamentos prévios; os locais, as datas e os horários em que unidades móveis estarão realizando a coleta externa de sangue (BOUSQUET; ALELUIA; LUZ, 2018).

Em um estudo recente realizado durante a atual crise sanitária e de saúde pública ocasionada pelo novo coronavírus, denominado *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-CoV-2)*, o causador da *Coronavírus Disease-2019 COVID-19*, analisou-se que as estratégias para captação tanto dos jovens universitários como dos demais públicos-alvo, tratou-se da utilização das TDICs, tais como *Facebook®*, *Instagram®* e *WhatsApp®* por se tratarem de redes sociais virtuais que fazem parte do cotidiano dos jovens. O intuito é recrutar e sensibilizar o público jovem, por ser um público que possui o potencial de realizar as doações sanguíneas por longos períodos de tempo (SILVA, J. *et al.*, 2021a).

Os autores pontuaram que esta estratégia tem sido eficiente e que trouxeram resultados satisfatórios, uma vez que além de recrutar jovens universitários saudáveis e elegíveis às doações sanguíneas, tem proporcionado a reflexão e o diálogo com o público-alvo sobre a importância e todos os requisitos necessários para a efetivação da doação sanguínea; as contra-indicações; as curiosidades e os impactos ocasionados pelo atual cenário pandêmico de COVID-19 no processo de doação de sangue e captação de doadores (SILVA, J. *et al.*, 2021a).

Os dados deste estudo são convergentes com os apontamentos de Aldamiz e Garcia (2014) ao destacarem que as mídias desempenham um papel de suma importância na sensibilização e no recrutamento de novos doadores voluntários, pois proporcionam o (com)partilhamento de informações e orientações acerca deste gesto solidário e vital (doação de sangue), principalmente entre o público jovem, já que as redes sociais *Instagram®* e *WhatsApp®* são muito utilizadas pelos jovens.

Com base nisto, é notório que diante da crise pandêmica vigente, a educação em saúde a distância realizadas nas redes sociais, principalmente no *Instagram®* tem sido a principal via de disseminação de informações sobre a COVID-19, no esclarecimento de dúvidas e no combate às *fake news* (SOUZA *et al.*, 2020). Deste modo, infere-se que a rede social *Instagram®* poderá ser uma forte aliada no recrutamento de novos candidatos elegíveis para as doações, uma vez que proporciona realização de ações educativas em um cenário virtual e a publicação constante de informes publicitários acerca da doação espontânea de sangue, ao ponto de informar e sensibilizar o público jovem.

Neste contexto, um estudo evidenciou que a utilização da rede social *Facebook*® tem sido a principal estratégia para captar e sensibilizar os estudantes universitários a se tornarem doadores de sangue. Observou-se que a utilização desta rede tem proporcionado o esclarecimento de dúvidas e a sensibilização dos estudantes, o que culminou no recrutamento de jovens universitários, bem como na maior visibilidade deste perfil pelos hemocentros, o que provocou o aumento de seguidores/amigos. Notou-se ainda que as postagens publicadas nesta rede social foram de linguagem fácil, o que possibilitou a compreensão dos internautas acerca das informações contidas; e mesmo sendo em um ambiente virtual, pôde-se promover o diálogo e a interação com o público-alvo por intermédio da opção “comentários” disponibilizada pela rede social *Facebook*® (SILVA *et al.*, 2018).

A realização de *lives* tanto no *Instagram*® como no *Facebook*® foi outra estratégia de captação voltada aos jovens universitários. Sobre o assunto, Silva, M. *et al.* (2021) ressaltaram que as *lives* proporcionam a discussão de temáticas inerentes ao processo de doação de sangue, como também a desmistificação de mitos e tabus, principalmente os associados à legalização da doação de sangue pelos membros da comunidade LGBTQIA+ que durante muito tempo foram proibidos de realizar doações sanguíneas, porque as autoridades nacionais acreditavam que, os homens e mulheres que se relacionavam com pessoas do mesmo sexo, eram os únicos a adotarem comportamentos de riscos e adquirirem o vírus da imunodeficiência humana.

Diante disso, percebe-se que a operacionalização de atividades educativas em saúde no cenário virtual por intermédio das *lives* em redes sociais, tem constituído o principal meio de se educar em saúde em tempos de pandemia do novo coronavírus, o que resulta na ampliação e transformação do modelo tradicional de ensinar e aprender; permite e facilita a comunicação virtual entre quem ensina e quem aprende; oportuniza a disseminação de informações e a construção do saber, além de proporcionar aos aprendizes e aos facilitadores do conhecimento que se mantenham interligados, independentemente da distância física (NEVES *et al.*, 2021).

Um estudo apontou a utilização de aplicativo móvel como estratégia de captação de doadores de sangue. Evidenciou-se que, tal tecnologia por fazer parte do cotidiano de muitos jovens e que por vezes ser lúdica, atraente e estimulante, pode ser um dos principais meios de compartilhamento de informações acerca do processo de doação de sangue, como também constituir um elemento decisivo tanto na captação deste público a procurar os hemocentros e realizar a primeira doação de sangue, como de se tornar doadores regulares de sangue (SILVA J *et al.*, 2021b).

Sendo assim, a utilização desses aplicativos constitui alternativa estratégica diante do cenário tecnológico vigente, visto que pode contribuir positivamente no processo de ensino-

aprendizagem, na promoção da saúde, na discussão e compartilhamento de assuntos inerentes as temáticas de interesse público, inclusive sobre a doação não-remunerada de sangue (CHAVES *et al.*, 2018).

Por fim, os demais estudos trazem como estratégias de captação, a utilização de *folders*, panfletos, cartazes, folhetos e cartilhas educativas em todos os ambientes, principalmente nas instituições de ensino superior. Nos ambientes de ensino, menciona-se a importância de se colocar cartazes e entregar panfletos em locais estratégicos que concentrem um número maior de estudantes e/ou onde ocorra uma maior veiculação destes, pois poderá ser uma estratégia que fornecerá visibilidade à causa, solucionar as dúvidas sobre este gesto solidário, bem como sensibilizá-los da importância de se tornarem doadores habituais de sangue, visando a manter bolsas de sangue suficientes para suprir as demandas emergenciais diárias (GIACOMINI; FILHO, 2010; SOUZA; SANTORO, 2019; VIEIRA, 2016).

Semelhanças são evidenciadas no estudo de Bousquet, Aleluia e Luz (2018), ao pontuarem que os materiais impressos, tais como panfletos, folhetos educativos, cartazes e *podcast*, são tecnologias educativas amplamente utilizadas para fins educativos, principalmente em ambientes públicos, como é o caso das universidades. Assim, estas estratégias tendem a influenciar os acadêmicos a doar espontaneamente seu sangue, da mesma forma fidelizá-los.

Deste modo, percebe-se que as estratégias de captação de doadores de sangue direcionadas aos estudantes universitários, são necessárias para o recrutamento e fidelização deste público juvenil, uma vez que constitui um grupo potencial a ser doador de sangue não-remunerado, em virtude de apresentar um bom estado de saúde e que poderá realizar as doações por longos anos. Assim, este público irá contribuir de modo a manter os estoques de sangue suficientes para suprir as transfusões sanguíneas diárias (OTÉRO *et al.*, 2020).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos achados, evidenciou-se a existência de diversas estratégias de captação de doadores voluntários de sangue voltadas aos estudantes universitários, onde se demonstraram eficazes na captação destes e no aumento do número de doações de sangue. Vale salientar que estas estratégias são fundamentadas na solidariedade humana, que por intermédio da educação em saúde objetiva ressaltar a importância da doação de sangue e a necessidade de recrutar e fidelizar novos doadores voluntários.

Nesta revisão se constatou que as estratégias de captação realizadas para atrair os estudantes foram a utilização de *emails*; mensagens de texto via celular; telefonemas; o próprio

convite apelativo; a coleta externa; cartazes e folhetos educativos; a utilização de aplicativo móvel e das redes sociais, sendo estas duas últimas estratégias, os principais meios de disseminar informações durante o contexto pandêmico vigente.

Assim, torna-se de fundamental importância recrutar e fidelizar os jovens universitários, em decorrência de ser um público elegível às doações de sangue e que poderá efetivar as doações por longos períodos de tempo. Ademais, menciona-se a necessidade de associar mais de uma estratégia de captação, pois assim, cada estratégia poderá atingir um público diferente, conseqüentemente sensibilizando um grande número de pessoas a serem doadoras voluntárias de sangue e assim manter a quantidade de bolsas de sangue suficiente para suprir as demandas diárias.

Apona-se como limitação da pesquisa, a restrição na busca de estudos a apenas uma única biblioteca de dados. Logo, espera-se que este trabalho possa contribuir no desenvolvimento de novas pesquisas que busquem analisar sob a ótica dos estudantes universitários, os motivos pelos quais realizam as doações espontâneas de sangue e se as estratégias de captação de doadores têm influência nesta decisão.

REFERÊNCIAS

ALDAMIZ, Covadonga; AGUIRRE, Maria Soledad. Um modelo comportamental de doadores de sangue e estratégias de marketing para atração e fidelidade. **Rev. Latino-Am. Enfermagem**, v. 22, n. 3, p. 467-475, 2014. Disponível em: https://www.scielo.br/pdf/rlae/v22n3/pt_0104-1169-rlae-22-03-00467. Acesso em: 02 .maio 2021.

ARAÚJO, Fábila Michelle Rodrigues. *et al.* Doadores de sangue de primeira vez e comportamento de retorno no hemocentro público do Recife. **Rev Bras Hematol Hemoter**, v. 32, n. 5, p. 384-390, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbhh/v32n5/aop95010.pdf>. Acesso em: 02 .maio 2021.

BOTELHO, Louise Lira Roedel; CUNHA, Cristiano Castro de Almeida; MACEDO, Marcelo. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. *Gestão e Sociedade*, Belo Horizonte, v. 5, n. 11, p. 121-136, 2011. Disponível em: <https://www.gestoesociedade.org/gestoesociedade/article/view/1220/906>. Acesso em: 02 .maio 2021.

BOUSQUET, Hesther de Macedo; ALELUIA, Ítalo Ricardo Santos; LUZ, Leandro Alves. Fatores decisivos e estratégias para captação de doadores em hemocentros. **Rev. Ciênc. Méd. Biol**, Salvador, v. 17, n. 1, p. 84-88, jan./abr. 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/cmbio/article/view/17510/0>. Acesso em: 02 .maio 2021.

doity.com.br/conais2021

CAPRA, Micheli Serpa. **Fidelização de Doadores de Sangue Voluntários e Habituais: Uma Prática de Educação em Saúde**. 2013. Dissertação (Mestrado Profissional em Enfermagem) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2015.

CARLESSO, Leticia. *et al.* Estratégias implementadas em hemocentros para aumento da doação de sangue. **Rev Bras Promoç Saúde**, Fortaleza, v. 30, n. 2, p. 213-220, 2017.

Disponível em: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/408/40851821009/html/index.html>. Acesso em: 29 abril. 2021.

CHAVES, Arlane Silva Carvalho. *et al.* Uso de aplicativos para dispositivos móveis no processo de educação em saúde: reflexos da contemporaneidade. **Revista Humanidades e Inovação**, v. 5, n. 6, p. 35- 42, 2018. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadesinovacao/article/view/744>. Acesso em: 02 .maio 2021.

GRUPO ANIMA EDUCAÇÃO. **Manual de Revisão Bibliográfica Sistemática Integrativa: a pesquisa baseada em evidências**. Belo Horizonte, 2014.

GIACOMINI; Luana; FILHO; Wilson Danilo Lunardi. Estratégias para fidelização de doadores de sangue voluntários e habituais. **Acta Paul Enferm**, v. 23, n. 1, p. 65-72, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ape/v23n1/11.pdf>. Acesso em: 02 .maio 2021.

LOCKS, Melissa Orlandi Honório. *et al.* Perfil dos doadores de sangue que apresentaram reações adversas à doação. **Rev Bras Enferm [Internet]**, v.72, n.1, p.87-94, 2019. Disponível em: https://www.scielo.br/pdf/reben/v72n1/pt_0034-7167-reben-72-01-0081.pdf. Acesso em: 29 abril. 2021.

MACEDO, Flávia Ribeiro Martins. *et al.* Perfil sociodemográfico e epidemiológico de candidatos a doação de sangue. **Arq. Ciênc. Saúde.**, v. 22, n. 4, p. 87-91, 2015. Disponível em: <https://www.cienciasdasaude.famerp.br/index.php/racs/article/view/313/140>. Acesso em: 29 abril. 2021.

MALHEIROS, Glícia Campanharo. *et al.* Fatores associados à motivação da doação sanguínea. **Revista Científica da FMC.**, v. 9, n. 1, p. 8-12, 2014. Disponível em: <http://www.fmc.br/RCFMC/article/download>. Acesso em: 29 abril. 2021.

MOURA, Aldilene Sobreira. *et al.* Doador de sangue habitual e fidelizado: fatores motivacionais de adesão ao programa. **Revista Brasileira em Prooção da Saúde**, v. 19, n. 2, p. 61-68, 2006. Disponível em: <https://periodicos.unifor.br/RBPS/article/view/963>. Acesso em: 29 abril. 2021.

NEVES, Vanusa Nascimento Sabino. *et al.* Utilização de *lives* como ferramenta de educação em saúde durante a pandemia pela COVID-19. **Educ. Soc**, Campinas, v. 42, e240176, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/es/v42/1678-4626-es-42-e240176.pdf>. Acesso em: 02 .maio 2021.

OTÉRO, Lorena Casal. *et al.* Conhecimento de estudantes portugueses de enfermagem sobre doação de sangue. **Acta Paul Enferm**, v. 33, p. 1-7, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ape/v33/1982-0194-ape-33-eAPE20190166.pdf>. Acesso em: 29 abril. 2021.

doity.com.br/conais2021

PEREIRA, Jefferson Rodrigues. *et al.* Doar ou não doar, eis a questão: uma análise dos fatores críticos da doação de sangue. **Ciência & Saúde Coletiva.**, v.21, n.8, p. 2475-2484, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/csc/v21n8/1413-8123-csc-21-08-2475.pdf>. Acesso em: 29 abril. 2021.

RAGHUWANSHI, Babita; PEHLAJANI, Nand K; SINHA, Mithilesh K. Doação voluntária de sangue entre alunos - um estudo transversal sobre conhecimento e prática vs. Atitude. **J Clin Diagn Res**, v. 10, n. 10, p. 18-22, 2016. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5121683/>. Acesso em: 29 abril. 2021.

RODRIGUES, Rosane Suely May; LINO, Monica Motta; REYBNITZ, Kenya Schmidt. Estratégias de captação de doadores de sangue no Brasil: um processo educativo convencional ou libertador?. **Sau. & Transf. Soc**, v. 1, n. 3, p. 166- 173, 2011. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/277820810>. Acesso em: 02 .maio 2021.

SILVA, Joélia Rodrigues. *et al.* Redes Sociais e Promoção da Saúde: Utilização do Facebook no Contexto da Doação de Sangue. **Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação**, v. 30, n. 12, p. 107- 122, 2018. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/rist/n30/n30a09.pdf>. Acesso em: 02 .maio 2021a.

SILVA, Joélia Rodrigues. *et al.* Aplicativo de apoio à doação de sangue: contribuições de especialistas sobre a funcionalidade da ferramenta. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 26, n. 2, p. 493-503, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/csc/v26n2/1413-8123-csc-26-02-493.pdf>. Acesso em: 02 .maio 2021b.

SILVA, Maria Cristina. *et al.* Programa “Sangue Bom”: Estratégias de Mobilização para Captação de Doadores de Sangue Durante a Pandemia da Covid-19. **Expressa Extensão**, v. 26, n. 1, p. 318-327, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index./expressaextensao>. Acesso em: 02 .maio 2021.

SMELTZER, S. C. et al. Brunner & Suddarth, **Tratado de Enfermagem médico cirúrgica. Rio de Janeiro:** Guanabara Koogan, 13ed, 2016.

SOUZA JÚNIOR, Edison Vitório. *et al.* Proibição de doação sanguínea por pessoas homoafetivas: estudo bioético. **Rev. bioét. (Impr.)**, v.28, n.12, p.89-97, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/bioet/v28n1/1983-8042-bioet-28-01-0089.pdf>. Acesso em: 29 abril. 2021.

SOUSA, Mariluce Karla Bomfim; SANTORO, Pablo. Desafios e estratégias para doação de sangue e autossuficiência sob perspectivas regionais da Espanha e do Brasil. **Cad. Saúde Colet**, Rio de Janeiro, v.27, n. 2, p. 195-201, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/cadsc/v27n2/1414-462X-cadsc-27-2-195.pdf>. Acesso em: 02 .maio 2021.

SOUZA, Thaís dos Santos. *et al.* Mídias sociais e educação em saúde: o combate às fakes news na pandemia pela COVID-19. **Enferm. Foco**, v. 11, n. 1, p. 124-130, 2020. Disponível em: <http://revista.cofen.gov.br/index.php/enfermagem/article>. Acesso em: 02 .maio 2021.

VERAN, Mirela Pezzini. *et al.* Atividades desenvolvidas por enfermeiras na captação de doadores de sangue. **Arq. Ciênc. Saúde**. v. 22, n. 4, p. 36-40, 2015. Disponível em:



doity.com.br/conais2021

<https://www.cienciasdasaude.famerp.br/index.php/racs/article/view/92/148>. Acesso em: 02 .maio 2021.

VIEIRA, Marco Antonio da Silva. Projeto faetec imbariê: educando para a captação de doadores de sangue na escola. **R. Cient. Fund. Osorio**, v. 1, n. 1, p. 64-84, 2016. Disponível em: <http://ebrevistas.eb.mil.br/rcfo/article/view/2377>. Acesso em: 02 .maio 2021.