**RELEVÂNCIA DAS CAMPANHAS DE INCENTIVO À DOAÇÃO DE SANGUE NO BRASIL**

Cabral, Ayara Almeida Souza¹

Marino, Lilian Duarte Granado Ferreira2

Duarte, Felipe Augusto Fernandes3

Palason, Larissa4

Fernandes, Yasmin Tavares5

Rubino, Ana Paula6

Emerick, Ana Clara Assis Alves7

Câmara, Giovanna Vasconcellos8

Figueira, Enrico Vieira de Medeiros e9

Valle, João Vitor 10

Ribeiro, Mariana Kroneis11

Souza, Luiza Reis de 12

Staut, Isadora Pasquarelli ¹3

Canuto, Cleia Santiago ¹4

Jacomini, Cíntia Pereira15

**RESUMO:**

**Introdução:** A nível nacional, aproximadamente 1,4% da população brasileira doa sangue, ou seja, esse número representa que, apenas 14 pessoas a cada mil habitantes de um total de 3.159.774 milhões de doações de sangue por ano no Sistema Único de Saúde (SUS)**.** Há inquestionável importância do estabelecimento de um sistema nacional de sangue, que organize serviços. Diante disso, as campanhas de incentivo à doação de sangue no Brasil urgem como estratégias para captação de pessoas e fidelização, evidenciando sua grande relevância para a saúde brasileira. **Objetivos:** Analisar e evidenciar a relevância das campanhas de incentivo à doação de sangue no Brasil. **Metodologia:** Trata-se de uma revisão integrativa da literatura, com abordagem qualitativa e descritiva. As buscas ocorreram por meio das bases de dados, Scielo, BVS, Lilacs e Pubmed, utilizados os seguintes critérios de inclusão: artigos em português, disponíveis na íntegra, gratuitos e cuja temática tivesse relação direta com a pesquisa. Já como critérios de exclusão: teses, dissertações, duplicados, pagos e artigos que não abordavam o objetivo estabelecido. **Resultados e Discussões:** Foram obtidos 140 artigos, seguindo os critérios de pesquisa, de inclusão e exclusão, foram descartados 95, houve a leitura detalhada e crítica dos objetivos e resultados resultando na exclusão de 37, foram selecionados, por fim, 8 artigos. A falta de conhecimento, orientação sobre a importância à doação de sangue, reflete diretamente no interesse e conscientização da população para doar. A análise evidenciou o crescimento e importância das campanhas de incentivo a doação de sangue no Brasil, com destaque a várias estratégias que corroboraram com o sucesso para a saúde em que as campanhas foram inseridas. As campanhas e divulgações, desempenharam papel crucial para o crescimento de doadores de sangue, a necessidade de novas estratégias de captação de pessoas possibilitou com que as atitudes de incentivo e conscientização funcionassem como papel chave para o abastecimento de hemocentros de todo o Brasil. **Conclusão:** Os resultados deste estudo ressaltam, como proposto inicialmente, a relevância das campanhas de doação de sangue no Brasil e o quanto o impacto de ações mudam o comportamento da sociedade em se fidelizar e bem como a disposição de ter a primeira experiência de ser um doador de sangue. Ficou notório, também que, a manutenção da doação de sangue no Brasil é uma necessidade constante.

**Palavras-Chave:** Campanhas de Incentivo, Doação de Sangue, Hemocentros.

**Área Temática:** Área Multidisciplinar

**E-mail do autor principal:** **ayaracabral@gmail.com**

¹Farmácia, Universidade Federal do Pará- UFPA, Belém- Pará, ayaracabral@gmail.com .

²Medicina, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul- São Paulo,, lilian.marino@usconline.com.br .

3Medicina, Universidade Potiguar- UNP, Natal- Rio Grande do Norte, duartefelipemed@gmail.com .

4Medicina, Universidade do Oeste Paulista- UNOESTE, Guarujá- São Paulo, larissatchucmaster@gmail.com .

5Medicina, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul- São Paulo, yasmin.fernandes@usconline.com.br .

6Medicina, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul- São Paulo, anaprubino@gmail.com .

7Medicina, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul- São Paulo, alvesanaclaraa@gmail.com.

8Medicina, Universidade do Oeste Paulista- UNOESTE, Guarujá- São Paulo, camara.giovanna@hotmail.com .

9Medicina, Universidade do Oeste Paulista- UNOESTE, Guarujá- São Paulo,enricovmedeirosf@hotmail.com .

10Medicina, Universidade do Oeste Paulista- UNOESTE, Guarujá- São Paulo, valle.vitor.joao@gmail.com .

11Medicina, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul- São Paulo, mariana.kr101@hotmail.com .

12Medicina, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul- São Paulo, luiza.souza@uscsonline.com.br .

13Medicina, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul- São Paulo, isadorastaut@gmail.com .

14Medicina, Universidade do Oeste Paulista- UNOESTE, Guarujá- São Paulo, cleiacanuto@hotmail.com.

15Medicina, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul- São Paulo, cinthiapjacomini@gmail.com .

**1. INTRODUÇÃO**

A nível nacional, aproximadamente 1,4% da população brasileira doa sangue, ou seja, esse número representa que, apenas 14 pessoas a cada mil habitantes de um total de 3.159.774 milhões de doações de sangue por ano no Sistema Único de Saúde (SUS), segundo dados de 2022 (BRASIL, 2022). De acordo com as preposições, evidencia-se que o Brasil está entre as recomendações da Organização Mundial de Saúde (OMS) de que 1% a 3% da população de cada país deve ser doadora, porém de forma mais tímida em comparar o cenário mundial. De acordo com legislação brasileira, o ato de doar sangue é inteiramente voluntário e anônimo, não sendo permitido qualquer tipo de remuneraçãoou incentivo dessa mesma característica (PEREIRA, et al. 2016).

Segundo Souza & Santoro (2019), o Brasil assumiu, por meio da Lei nº 10.205/2001, medidas que dispõe e regulamenta sobre o doador e o receptor de sangue e todas as etapas que se seguem sobre coleta, processamento, estocagem, distribuição e transfusão de sangue, além do mais, a doação de sangue amplamente regulamentada pela Portaria nº 343/2002, do Ministério da Saúde, de forma que a autossuficiência é baseada nas doações altruístas, a garantia da segurança transfusional e a operacionalização e infraestrutura adequada como objetivos e finalidades das ações e política de saúde voltada para o sangue. Além disso, de acordo com a OMS, há inquestionável importância do estabelecimento de um sistema nacional de sangue, que organize serviços e cumpra a política de forma eficaz, sendo fundamentada em disposições legislativas e regulamentos que assegurem a disposição do sangue e hemoderivados em quantidades suficientes para atender de forma satisfatória a necessidade.

A transfusão de sangue é uma ação terapêutica extensamente utilizada no mundo, pois, nas últimas décadas, muitas patologias e acidentes afetaram diretamente uma parcela da população que necessitaram de sangue e seus derivados, o que tem levantado uma grande demanda por hemoterápicos sendo imprescindível que medidas profilácticas reforcem a necessidade de haver o abastecimento de hemocentros (ROHR; BOFF; LUNKES, 2012). Outro ponto relevante, é que o uso de sangue e seus hemoderivados desempenham um papel vital na prática médica contemporânea. Isso porque, observa-se que países e regiões onde são realizados maior número de procedimentos médicos, que necessitam de grandes reposições de sangue como em: cirurgia cardíaca, transplantes e quimioterapia, apresentam maior demanda por sangue, e seus centros hemolíticos precisam ter a demanda necessária (MARIANO GISLON DA SILVA; KUOEK; PERES, 2013).

Nesse contexto, as campanhas de incentivo à doação de sangue emergem como aliada no processo de captação de novos doadores e fidelização, ações de marketing social e o uso de tecnologias possibilitam que campanhas tenham visibilidade, sendo imperioso o uso como chave estratégica de recurso para a ampliação de doação de sangue .Além do mais, as redes sociais também contribuem para socialização e mobilização da sociedade, ampliando e difundindo em uma velocidade muito maior de alcance, atingindo várias categorias de público para campanhas de conscientização e incentivo à doação de sangue (SILVA, et al. 2018).

Na contemporaneidade, é fundamental se discutir sobre a temática. Em vista disso, o presente estudo tem como objetivo, por meio de uma revisão de literatura, analisar e evidenciar a relevância das campanhas de incentivo à doação de sangue no Brasil, abordando e incentivando discussões acerca do tema, da importância, visibilidade e resultados que as campanhas pró doação de sangue propiciam à sociedade. Dessa forma, espera-se que o estudo científico possa produzir opiniões que elucidem questões relacionadas a temática com foco em despertar na sociedade um olhar diferenciado sobre o estudo.

**2. MÉTODO OU METODOLOGIA**

O presente estudo delineia-se por meio do método de revisão integrativa da literatura, com abordagem qualitativa e descritiva, por possuir o escopo de tratar o tema da pesquisa, possui ainda, o intuito principal de investigar a partir de fontes secundárias científicas os principais levantamentos bibliográficos sobre a temática. A revisão integrativa da literatura oportuniza várias formas de construção com delimitações da pesquisa e escrita cientifica, é fundamentada em uma síntese de diferentes formas, com o objetivo de construir um conhecimento concreto científico, por meio de pesquisas em bases de dados (BOTELHO et al. 2011).

Para Galvão e Pereira (2014), textos elaborados provenientes da revisão da literatura, refere-se principalmente em desenvolver uma temática para a pesquisa, buscar na literatura, apurar e selecionar os artigos, extrair os dados. As revisões são consideradas pesquisas secundarias, pois brevemente já possuem uma fonte primária.

As buscas ocorreram entre os meses de fevereiro a setembro de 2023, por meio da busca bibliográfica eletrônica nos bancos de dados, Scientific Electronic Library Online (SCIELO) e Biblioteca Virtual de Saúde (BVS) e de acordo com a base de dados Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS) e Biomedical Literature from Medical Literature Analy-sis and Retrieval System Online (PUBMED). Para isso, as bases de dados foram selecionadas com o objetivo de relevância nacional.

A estratégia de busca utilizada nas bases de dados buscou coletar os artigos publicados entre 2019 a 2023, a partir de termos selecionados com base nos Descritores em Ciências da Saúde (DeCS): “Campanhas”, “Doação de Sangue”, “Relevância”, “Hemocentros”, sobre interligação do operador booleano AND e OR, por meio do mecanismo de busca avançada a partir da categorização título, resumo e texto completo.

Utilizou-se como critérios de inclusão: português, disponíveis na íntegra, gratuitos e cuja temática tivesse relação direta com a pesquisa. Já como critérios de exclusão: teses, dissertações, duplicados, pagos e artigos que não abordavam o objetivo estabelecido.

**3. RESULTADOS E DISCUSÕES**

Foram obtidos 140 artigos, seguindo os critérios mencionados anteriormente (pesquisa, inclusão e exclusão), foram descartados 95, houve a leitura detalhada e crítica dos objetivos e resultados resultando na exclusão de 38, foram selecionados, por fim, 8 artigos para compor a amostra final para a revisão.

Após a leitura na íntegra dos 7 estudos selecionados para compor a presente revisão, foi realizada a extração de dados, onde foi construído um quadro (Quadro 1), com o intuito de sintetizar as informações contidas nos estudos selecionados, estruturados em ordem crescente, do mais antigo para o mais atual, composto por títulos, autores, ano de publicação, objetivos, resultados e o periódico onde foi publicado.

**Quadro 1 –** Amostra dos estudos selecionados.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°**  | **Título**  | **Autor**  | **Ano**  | **Objetivos**  | **Resultados** | **Periódico**  |
| 1 | Desafios e Estratégias para Doação de Sangue e Autossuficiência Sob Perspectivas Regionais da Espanha e do Brasil.  | SOUZA; SANTORO. | 2019 | Identificar algumas das dificuldades, dos desafios e das estratégias que os serviços de hemoterapia públicos experimentam no momento atual, a partir de perspectivas regionais na Espanha e no Brasil. | Identificaram-se dois grupos de dificuldades: disposição de estrutura e recursos; e recrutamento e fidelização dos doadores. Desafios: envolver e fidelizar novos doadores, sobretudo jovens; manter estoque suficiente de sangue de tipos raros e dispor de hemoderivados; omo linhas estratégicas, destacaram-se: uso de diversos recursos para sensibilização e fidelização de doadores; concentração tecnológica. | Cadernos Saúde Coletiva. |
| 2 | Campanha de doação de sangue realizada por discentes de biomedicina: um relato de experiência. | SILVA, et al.  | 2021 | Relatar a experiência vivenciada por discentes do curso de biomedicina no planejamento e na execução de uma campanha de doação de sangue. | A campanha contribuiu de forma significativa no aumento quantitativo de doações de sangue e na formação profissional dos discentes ao possibilitar a articulação do conhecimento e a integração ensino-comunidade. | Revista Eletrônica Acervo Saúde |
| 3 | Doação de sangue: experiência exitosa na campanha enfermagem está no sangue.   | DE LIRA, et al. | 2021 | Relatar a experiência vivenciada por voluntários na campanha enfermagem está no sangue, campanha de conscientização sobre a importância de doar sangue. | Com a campnha amplicou o quantitativo de doações, rompendo a barreira dos mitos e difundindo as verdades acerca da doação de sangue. Permitindo que os não doadores entendessem a importância e quais os aspectos clínicos necessários para o ato. A campanha alcançou os resultados esperados, também permitiu uma grande integração entre os envolvidos. Além de, resgatar as pessoas que não estavam em dia com suas doações, trouxe novos doadores. | Revista Eletrônica Acervo Enfermagem |
| 4 | Campanha de Sensibilização de Doadores de Sangue, Gaúcho Doador: Doe Sangue, Mostre Seu Valor.  | PELLE, et al.  | 2021 | O presente trabalho teve como foco realizar ações sobre conscientização e importância para a doação de sangue com a temática: “Gaúcho Doador: doe sangue, mostre seu valor.”  | As atividades da campanha incluíram diversas atividades para a conscientização incluindo lives educativas, oficinas, concurso de poesias e a participação de grupos de doação de sangue. A campanha atuou como uma alternativa para captar novos doadores e valorizar a cultura tradicionalista. Esta campanha proporcionou que os valores gaúchos impulsionassem a doação de sangue e assim, juntos, eles criaram uma tradição no coração dos gaúchos. | Hematology,Transfusion and Cell Therapy. |
| 5 | Dificuldades e Estratégias Relacionadas com a Doação de Sangue em um Serviço de Hemoterapia. | MESQUITA, et al. | 2021 | O objetivo do artigo é analisar os aspectos dificultadores na doação de sangue e as estratégias para captação de doadores | Foram pontuadas a falta de tempo e a pouca flexibilidade nos horários de aten­dimento, o deslocamento no acesso ao serviço e o medo do processo de doação. Como estratégias de captação, os en­trevistados verbalizam sobre a divulgação e campanhas in­ternas nas empresas, educação nas escolas e universidades, fidelização de doadores, flexibilidade nos horários do hemo­centro e unidades móveis para doação de sangue em pontos estratégicos da cidade. | Revista RENE: Revista da Rede de Enfermagem do Nordeste. |
| 6 | Mais Sangue, Mais Vidas! Campanha Doação De Sangue Enfermagem. | BRAGA, et al. | 2021 | Tem como objetivo mobilizar a população sobre a importância de doação de sangue para salvar vidas, por meio da campanha Projeto Integrador “Mais Sangue, Mais Vidas”, Faculdade dePara de Minas FAPAM. | Por meio da divulgação de informações em redes sociais e faixas informativas sobre a doaçãode sangue, o público atingido se informe e sensibilize, a fim de aumentar o número dedoadores e a frequência de doação, beneficiando os estoques de sangue regionais, por meio doprojeto concluiu-se que é de extrema importância incentivar a doação de sangue, principalmente em meio à pandemia, na qual a maior parte dos estoques de sangue encontram-se em estado crítico ou de alerta. | Revista Projetos Extensionistas |
| 7 | Redução de Doações de Sangue: a Importância da Doação de Campanha em Goiânia, Estado de Goiás, Brasil. | PESSONI; AQUINO; ALCANTARA. | 2021 | Analisar as tendências das doações de sangue no Hemocentro do Estado de Goiás (HEMOGO), Brasil, considerando as campanhas de incentivo e as infecções transmissíveis por transfusão | As doações por homens, com idade entre 18 e 29 anose com menor escolaridade diminuíram (p <0,05) ao longo do tempo. Quase 50% das doações eram da categoriavoluntária, 30% de campanha, 18% de reposição e 1% de outras categorias. As doações da campanha diminuíram5,02% (p <0,05) entre 2010 a 2016. A prevalência de infecções transmitidas por transfusão (ITT) foi de 3,71% e achance de doadores de campanha terem ITT foi menor (OR = 0,8628; IC: 0,8126 - 0,9161; p <0,0001). Os resultadosmostraram uma redução nas doações de sangue, influenciadas principalmente por uma diminuição nas doações da campanha. | Saude e Pesquisa. |
| 8 | Doação de Sangue na Pandemia da COVID-19: Campanha Incentivadora em um Hemocentro | CHAVES, et al. | 2022 | Objtetivou na pesquisa relatar a experiência exitosa de uma campanha de incentivo à doação de sangue na pandemia da COVID-19 | Para sensibilizar e angariar doadores de sangue utilizou-se uma exposição de fotos denominada “Retratos da Esperança”. Foram expostas, também, frases motivacionais do tipo: “precisamos de alguém do seu tipo sanguíneo”, “Saia de casa para fazer o bem”, trazendo mais significado à ação. Houve um aumento, em julho, de 252% na captação de sangue e hemocomponentes para o Hospital. | Revista Eletrônica Acervo Saúde. |

 Fonte: Autores (2023).

Após as análises dos artigos dispostos no quadro 01, percebe-se que os objetivos e os resultados dos estudos são equivalentes e convergem para os resultados pretendidos no presente trabalho, em tornar notório a importância das campanhas de doação de sangue. Além disso, delimitam a demonstrar a prevalência no olhar mais holístico sobre a temática e evidenciar as contribuições das campanhas para a conscientização e crescimento de novos doadores de sangue e idealizá-los.

Para De Lira, et al., (2021) a falta de conhecimento, orientação sobre a importância à doação de sangue, reflete diretamente no interesse e conscientização da população para doar, o que impede que o fluxo de doadores siga de forma pretendida nos bancos de sangue. Diante disso, formas de sanar as dificuldades, dúvidas e até levar informações são chave para mudar esse cenário, através da implementação de campanhas a disseminação do conhecimento e a oportunidade de doar são imprescindíveis.

Mesquita, et al., (2021) em seu estudo, constatou que as principais estratégias de captação de pessoas para a doação de sangue, são as divulgações e campanhas internas nas empresas, nas escolas e universidades, além do mais, houve maior impacto também, nas campanhas que levantavam sobre a importância da doação de sangue e o baixo estoque nos hemocentros, que sensibilizavam e estimulavam, as pessoas a aderir à campanha de doação de sangue. Outro ponto relevante, é que a divulgação nos meios de comunicação sobre campanhas evidenciando ser um ato de amor a doação de sangue captavam e encorajavam mais doadores.

As campanhas e divulgações, desempenharam papel crucial para o crescimento de doadores de sangue, a necessidade de novas estratégias de captação de pessoas possibilitou com que as atitudes de incentivo e conscientização funcionassem como papel chave para o abastecimento de hemocentros de todo o Brasil. Diante disso, recursos e técnicas foram incorporadas nas campanhas, destacando-se, especialmente: uso de meios de comunicação de massa, atitudes de reconhecimento e oferta de lanche. Além disso, para chamadas para o público mais jovem, o uso das redes sociais, aplicativos e escolas foram vitais para a sensibilização (SOUZA; SANTORO, 2019).

**4. CONCLUSÃO OU CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os resultados deste estudo ressaltam, como proposto inicialmente, a relevância das campanhas de doação de sangue no Brasil e o quanto o impacto de ações mudam o comportamento da sociedade em se fidelizar e bem como a disposição de ter a primeira experiência de ser um doador de sangue. Ficou notório, também que, a manutenção da doação de sangue no Brasil é uma necessidade constante.

Foram reafirmadas, neste estudo, que as campanhas de doação de sangue fornecem esteio para a autossuficiência e esforço para a sustentação do sistema de saúde, que de forma crescente demanda por materiais sanguíneos. Além disso, foi possível verificar os benefícios da utilização de estratégias e inovações usadas nas campanhas com veículos de divulgações que potencializaram os resultados nos hemocentros, uma vez que, é maior o público alcançado e sensibilizado.

A pesquisa atendeu ao objetivo proposto e trouxe perspectivas novas a luz da temática, uma vez que revela dados expressivos de engajamento social com a doação de sangue decorrentes do incentivo pelas campanhas de doação de sangue. O estudo ainda corrobora para que seja visto com um olhar mais importante e de valorização para as divulgações e campanhas de doação de sangue.

**REFERÊNCIAS**

BOTELHO, Louise Lira Roedel; DE ALMEIDA CUNHA, Cristiano Castro; MACEDO, Marcelo. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. **Gestão e sociedade**, v. 5, n. 11, p. 121-136, 2011.

BRAGA, Ana Júlia Araújo et al. MAIS SANGUE, MAIS VIDAS!: CAMPANHA DOAÇÃO DE SANGUE ENFERMAGEM. **Revista Projetos Extensionistas**, v. 1, n. 1, p. 217-221, 2021.

BRASIL. Ministério da Saúde. **No Pará, mais de 96 mil doações de sangue foram realizadas em 2022.** Disponível em: https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias-para-os-estados/para/2023/junho/no-para-mais-de-96-mil-doacoes-de-sangue-foram-realizadas-em-2022. Acesso em: 25, Set 2023.

CHAVES, Alinne Nogueira et al. Doação de sangue na pandemia da COVID-19: campanha incentivadora em um hemocentro. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, v. 15, n. 9, p. e10903-e10903, 2022.

COELHO, Roberta Peliçari et al. Doar sangue é compartilhar vida: análise de conteúdo de aprendizagem de um cartaz da campanha nacional e doação de sangue. **Rev. saúde pública Mato Grosso Sul**, p. 22-27, 2016.

DE LIRA, Niedja Carla Dias et al. Doação de sangue: experiência exitosa na campanha enfermagem está no sangue. **Revista Eletrônica Acervo Enfermagem**, v. 8, p. e4865-e4865, 2021.

DE MOURA, Aldilene Sobreira et al. Doador de sangue habitual e fidelizado: fatores motivacionais de adesão ao programa. **Revista Brasileira em Promoção da Saúde**, v. 19, n. 2, p. 61-67, 2006.

DE MORAES CARVALHO, Camila et al. Campanha para doação de sangue.

GALVÃO, Taís Freire; PEREIRA, Mauricio Gomes. Revisões sistemáticas da literatura: passos para sua elaboração. Epidemiologia e serviços de saúde, v. 23, p. 183-184, 2014.

LUDWIG, Silvia Terra; RODRIGUES, Alziro César de Morais. Doação de sangue: uma visão de marketing. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 21, n. 3, p. 932-939, 2005.

MARIANO GISLON DA SILVA, Rafael; KUPEK, Emil; PERES, Karen Glazer. Prevalência de doação de sangue e fatores associados em Florianópolis, Sul do Brasil: estudo de base populacional. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 29, p. 2008-2016, 2013.

MESQUITA, Nanci Felix et al. Dificuldades e estratégias relacionadas com a doação de sangue em um serviço de hemoterapia. **Revista RENE: Revista da Rede de Enfermagem do Nordeste. Vol. 22, e70830 (2021), p. 1-9**, 2021.

Organização Mundial de Saúde. Disponibilidade e segurança de sangue mundial [Internet]. Genebra: OMS; 2017. Disponível: http://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/segurança e disponibilidade de sangue

PELLE, L. F. et al. CAMPANHA DE SENSIBILIZAÇÃO DE DOADORES DE SANGUE, GAÚCHO DOADOR: DOE SANGUE, MOSTRE SEU VALOR. **Hematology, Transfusion and Cell Therapy**, v. 43, p. S337-S338, 2021.

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, p. 2475-2484, 2016.

PESSONI, Livia Lara; AQUINO, Erika Carvalho de; ALCANTARA, Keila Correia de. Redução de doações de sangue: a importância da doação de campanha em Goiânia, Estado de Goiás, Brasil. **Saude e pesqui.(Impr.)**, p. 153-160, 2021.

PIRES, Luis Antonio et al. Campanha de doação de sangue “e aí, sangue bom?’’. In: **Fórum PAS-Prática em Atenção à Saúde 2013**. 2016.

ROHR, Jarbas Ivan; BOFF, Daiane; LUNKES, Daniéle Sausen. Perfil dos candidatos inaptos para doação de sangue no serviço de hemoterapia do Hospital Santo Ângelo, RS, Brasil. **Revista de Patologia Tropical/Journal of Tropical Pathology**, v. 41, n. 1, 2012.

SILVA, João Batista Chaves et al. Campanha de doação de sangue realizada por discentes de biomedicina: um relato de experiência. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, v. 13, n. 9, p. e8752-e8752, 2021.

SILVA, Joélia Rodrigues da et al. Redes sociais e promoção da saúde: utilização do facebook no contexto da doação de sangue. **RISTI-Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação**, n. 30, p. 107-122, 2018.

SOUZA, Mariluce Karla Bomfim de; SANTORO, Pablo. Desafios e estratégias para doação de sangue e autossuficiência sob perspectivas regionais da Espanha e do Brasil. **Cadernos Saúde Coletiva**, v. 27, p. 195-201, 2019.

TOLLER, Aline et al. Campanha de incentivo à doação de sangue. **Disciplinarum Scientia| Saúde**, v. 3, n. 1, p. 73-88, 2002.

ZAGO, Alethea; SILVEIRA, Mariângela Freitas da; DUMITH, Samuel C. Prevalência de doação de sangue e fatores associados, Pelotas, RS. **Revista de Saúde Pública**, v. 44, p. 112-120, 2010.