

## EXPERIÊNCIA EXTENSIONISTA COM O BANCO DE SANGUE HU UFSC: GESTÃO ESTRATÉGICA DE DESIGN

**Lisandra de Andrade Dias**  
Universidade Federal de Santa Catarina  
lisandra.andrade@gmail.com

**Andréa Thives de Carvalho Hoepers**  
Universidade Federal de Santa Catarina  
andreaheopers26@gmail.com

**Thais de Almeida e Silva Machado**  
Universidade Federal de Santa Catarina  
thais.machado27@gmail.com

### Resumo

O objetivo deste artigo é relatar a experiência extensionista entre o curso de Design e o Banco de Sangue do Hospital Universitário Professor Polydoro Ernani de São Thiago (HU) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) com foco na gestão, entre 2015 e 2018. O projeto envolveu o planejamento estratégico de comunicação e design, branding, gestão de estoques e de processos. Os resultados obtidos foram desde implementação da comunicação com a comunidade universitária de forma interpessoal e midiática, processos otimizados, redução de desperdícios e gastos, até a melhoria no atendimento aos doadores. Como pontos fortes deste projeto se destacam a parceria interdisciplinar e transdisciplinar e a viabilidade desde projeto ser replicado em outros centros hemoterápicos.

**Palavras-chave:** Comunicação; Design; Gestão Estratégica de Design; Centro Hemoterápico; Doação de Sangue.

## HU UFSC BLOOD BANK EXTENSION EXPERIENCE: DESIGN MANAGEMENT

### Abstract

The aim of this article is to report the extension experience between the Design course and the Blood Bank of the University Hospital Professor Polydoro Ernani de São Thiago (HU) of the Federal University of Santa Catarina (UFSC) with a focus on management, between 2015 and 2018. The project involved strategic communication and design planning, branding, inventory and process management. The results obtained ranged from the implementation of communication with the university community in an interpersonal and media way, optimized processes, reduction of waste and expenses, to improved service to donors. The strengths of this project are the interdisciplinary and transdisciplinary partnership, and the feasibility of this project being replicated in other hemotherapy centers.

**Keywords:** Communication; Design; Design Management; Hemotherapy Center; Blood Donation.

## EXPERIENCIA DE EXTENSIÓN DEL BANCO DE SANGRE DE HU UFSC: DISEÑO ESTRATÉGICO

### Resumen

El objetivo de este artículo es reportar la experiencia de extensión entre el curso de Diseño y el Banco de Sangre del Hospital Universitario Profesor Polydoro Ernani de São Thiago (HU) de la Universidad Federal de Santa Catarina (UFSC) con enfoque de gestión, entre 2015 y 2018. El proyecto involucró comunicación estratégica y planificación de diseño, marca, inventario y gestión de procesos. Los resultados obtenidos abarcaron desde la implementación de la comunicación con la comunidad universitaria de manera interpersonal y mediática, procesos optimizados, reducción de desperdicios y gastos, hasta un mejor servicio a los donantes. Los puntos fuertes de este proyecto son la asociación interdisciplinar y transdisciplinar y la viabilidad de que este proyecto se pueda replicar en otros centros de hemoterapia.

**Palabras clave:** Comunicación; Diseño; Diseño Estratégico; Centro de Hemoterapia; Donación de Sangre.



## INTRODUÇÃO

A gestão do design, uma área nova no mercado, principalmente no Brasil, trata da incorporação do design na empresa, de forma a mudar o modelo de liderança e gestão, por meio do seu espírito criativo e de inovação, atuando em diversas áreas de uma empresa, como explica BORJA DE MOZOTA (2011, p. 30): “... o design é um processo interno que integra pesquisa de mercado, estratégia de marketing, marca, engenharia, desenvolvimento de novo produto, planejamento de produção, distribuição e políticas de comunicação corporativa”.

BORJA DE MOZOTA (2011) desenvolveu um sistema de gestão de design dividido em três níveis de decisão (operacional, funcional e estratégico) para o designer e três níveis de criação de valor para o design (função diferenciadora, função coordenadora e função transformadora).

Foram trabalhados os três níveis de decisão operacional, funcional e estratégico, porém, em relação à criação de valor para o design este projeto focou na função coordenadora, que trata da ação do design sobre a empresa.

Segundo BORJA DE MOZOTA (2011), a gestão do design pode colaborar nas mudanças gerenciais induzidas pela qualidade, de uma maneira não contábil, focada na competitividade se referindo ao produto final e ao processo. A implantação desse sistema significa uma mudança de paradigma, perceptível na vontade de melhoria contínua dos produtos, processos e da empresa. O foco deste trabalho foi a melhoria dos processos e do serviço do Banco de Sangue HU UFSC nos vieses econômico e humano. Dos vieses humanos, a motivação para doação de sangue pode diferir entre os indivíduos, de acordo com as faixas etárias, desde a intenção exclusivamente solidária, como fator motivacional interno em ajudar alguém, até fatores externos como a opinião de amigos e familiares, a oferta de brindes, a troca por um dia de atestado para folga no trabalho remunerado ou acreditar que está realizando uma avaliação (*check-up*) gratuita de sua saúde (FERREIRA, 2012; MOHAMMED, 2018; ESTRADA, 2020; SCHWEITZER, 2021).

O projeto de extensão da parceria entre o Banco de Sangue do Hospital Universitário Professor Polydoro Ernani de São Thiago (HU) com o curso de Design, ambos da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), começou em 2015, com o objetivo inicial de criação de uma campanha publicitária para atrair mais doadores de sangue conscientes de sua ação altruísta.

Segundo BROWN (2010, p. 26)

Em uma equipe multidisciplinar, cada pessoa defende a própria especialidade técnica e o projeto se transforma em uma prolongada negociação entre os membros da equipe, provavelmente resultando em concessões a contragosto. Em uma equipe interdisciplinar, todos se sentem donos das ideias e assumem a responsabilidade por elas.

Essa união de diferentes áreas do conhecimento foi realizada neste projeto por meio de parcerias entre centros da UFSC.

Este artigo tem como objetivo apresentar o trabalho desenvolvido pelo projeto de extensão e as melhorias que foram, e que ainda podem ser realizadas por meio de parcerias entre cursos de diferentes áreas do conhecimento.

### **MATERIAIS E MÉTODOS**

Alunos voluntários do curso de Design, sob a coordenação de uma professora daquele departamento, passaram a realizar reuniões semanais com a equipe do Serviço de Hemoterapia (atualmente Unidade de Hemoterapia), conhecido como Banco de Sangue (BS). O primeiro passo foi a tomada de briefing com o qual percebeu-se que o BS possuía problemas de comunicação e de gestão.

Com a identificação e listagem dos problemas, foram desenvolvidos os Planejamentos Estratégicos de Comunicação (PEC) para os anos de 2016 e 2017, para os quais elaborou-se estratégias e ferramentas de comunicação e/ou design, que eram as frentes principais determinadas pela parceria entre BS e o curso de Design.

Para os Planejamentos Estratégicos de Comunicação foram realizadas Análises do Cenário que envolviam a parte ambiental do Serviço de Hemoterapia, sua análise organizacional, de atividades e de problemáticas, a partir das quais foram definidos estratégias e planos de ação para cada uma delas.

Reuniões semanais continuaram a ser realizadas para a organização, desenvolvimento e aplicação dos planejamentos realizados, além de encontros com possíveis parceiros que pudessem ajudar. Foram feitas parcerias com os organizadores do Trote Solidário da UFSC, a disciplina de Projeto Promocional do curso de Design, o laboratório GELOG do curso de Engenharia de Produção e Rafael Oki, egresso da Engenharia de Produção da UFSC.

Uma das problemáticas do BS era a inconsistência no estoque dos componentes (cada bolsa de sangue doada para o HU poderia ser fracionada em três partes: uma unidade concentrado de hemácias, uma de concentrado de plaquetas e uma de plasma fresco congelado), com tempo de armazenamento diferente e dos diferentes tipos sanguíneos para atender os pacientes do HU, pontuadas como demandas de caráter de gestão que poderiam ser resolvidas pelo laboratório GELOG do curso de Engenharia de Produção da UFSC. Este desenvolveu um estudo sobre o Serviço de Hemoterapia e, por meio de análises da média histórica e programas específicos de logística, resultou em recomendações à gestão de estoque, a partir da qual foi

determinada a necessidade de chamar doadores de forma pontual conforme a falta de determinados tipos sanguíneos no estoque, evitando o desperdício do tempo dos funcionários, que eram poucos, de lanches para doadores, do sangue coletado e armazenado e o custo para o descarte desses componentes biológicos.

Em relação à inconsistência do estoque, também se cogitou uma parceria com os centros universitários da UFSC (CDS, CTC, CSE, CCJ, CCS e CCE) que tem tradição de doação de sangue. Por meio de um cronograma anual, cada centro seria o doador mensal de hemocomponentes. Com uma lista de doadores organizada pelos centros, seria mantido o planejamento do estoque de sangue atualizado, em especial nos meses críticos que correspondem às férias escolares e pré-feriados prolongados. Este planejamento, considerando a demanda diária, extremamente variável, atenderia o número de doadores de cada curso no período pré-determinado com eficácia, sem que necessitassem esperar para serem atendidos. Ainda, possibilitando a realização de palestras nos centros para orientações sobre o processo de doação e entregas de folhetos com informações sobre os requisitos para realizar uma doação. Porém, este planejamento não foi implementado, pois demandava muitas horas de atividade dos funcionários que já estavam sobrecarregados.

Dentre as ações estabelecidas pelo PEC, decidiu-se estabelecer uma parceria sólida com os organizadores do Trote Solidário da UFSC. Então realizou-se uma reunião com os responsáveis, na qual pôde-se perceber a necessidade de mudar o formato vigente, visto que causava um acúmulo de doações em um único período, o que levava a desperdícios de kits de análise do sangue coletado, além do grande número de bolsas coletadas que venceriam em mesmo dia e seriam descartadas. Assim como a pressão para a realização da doação, a fim de ganhar pontos na gincana do Trote Solidário, estimulava os participantes a mentirem sobre sua possível aptidão, o que gerava aumento no número de doadores com sorologias positivas, e, conseqüentemente, maiores custos em todo o processo. Concluiu-se da necessidade de conscientização dos organizadores do Trote Solidário a fim de estimularem a doação altruísta.

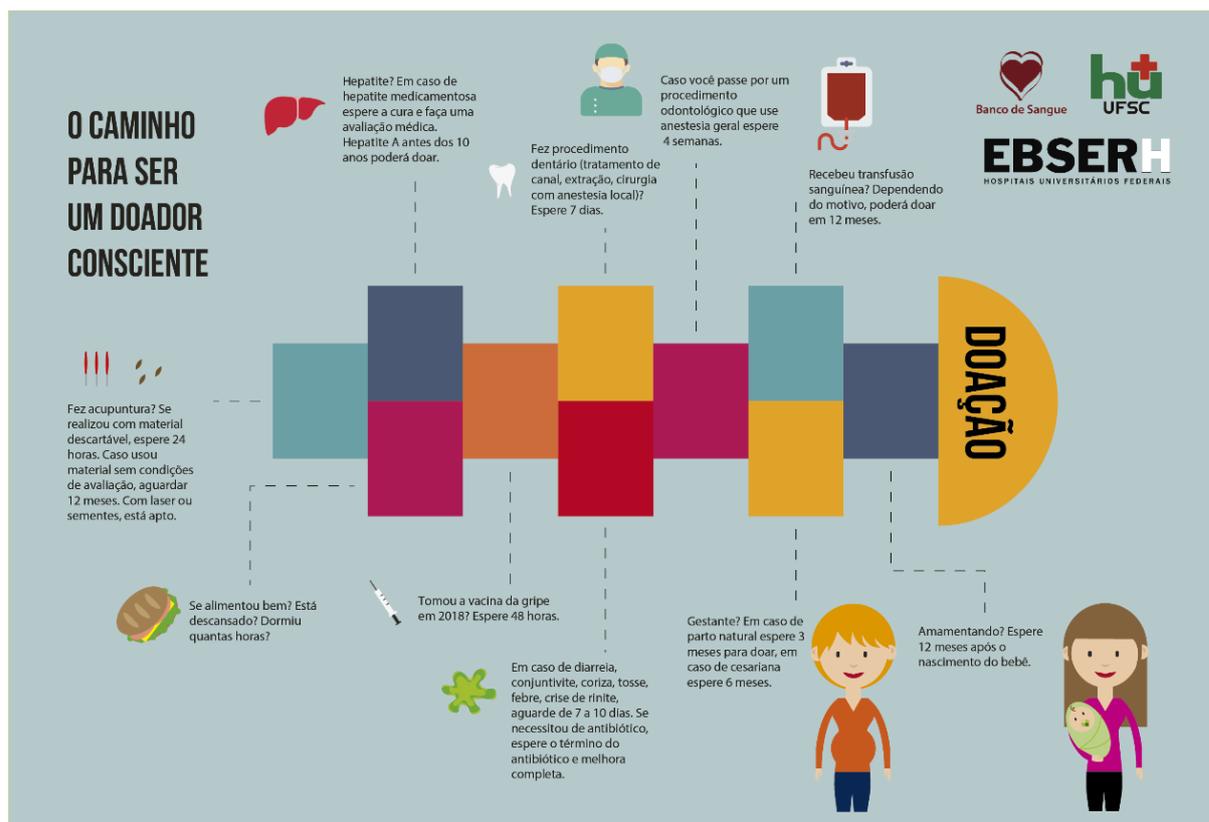
As medidas tomadas em relação ao Trote Solidário foram a participação em encontros de boas-vindas aos calouros, explicando a importância de falar a verdade durante a entrevista de pré-doença (triagem clínica), principalmente devido à janela imunológica, período no qual os exames obrigatórios realizados ainda não conseguem identificar se o doador já está com alguma infecção (Hepatite B, C, Sífilis, Chagas, HIV e o Vírus Linfotrópico Humano – HTLV). Normalmente, o período de tempo no qual um doador deve ser considerado inapto após a realização de certas atividades ou passar por certas experiências depende do que foi informado na entrevista, e se os

testes forem normais, cria-se uma situação muito crítica, porque o sangue será considerado adequado e liberado para transfusão em um paciente.

Reforçou-se que a falta de honestidade nessa etapa traz também prejuízos financeiros e logísticos com a coleta de sangue daqueles que deveriam ser excluídos na entrevista, condição em que se observa um maior quantitativo de testes sorológicos realmente positivos ou inconclusivos e as bolsas obrigatoriamente descartadas. Ainda assim, os exames serão repetidos para confirmação ou não dos resultados, conforme determinado em legislação vigente (BRASIL, 2017), o que implica em utilizar mais insumos e reagentes sorológicos.

Em relação à honestidade sobre as situações de impedimentos, foram criados infográficos para serem utilizados no BS que esclarecessem atividades e situações que tornam o doador inapto e o tempo de espera para que ele se torne apto novamente, a seguir temos o exemplo de um desses infográficos.

Figura 1: Infográfico sobre situações de impedimento temporário para doação de sangue.



Fonte: A autora.

Outra estratégia foi o foco na captação de doadores de sangue aptos para diminuir os gastos com kits de análises dos sangues inaptos coletados. O Programa de Ação criado para essa estratégia foi a fidelização de doadores aptos e a aplicação de campanhas nos canais de

## Experiência extensionista com o banco de sangue HU UFSC: gestão estratégica de design

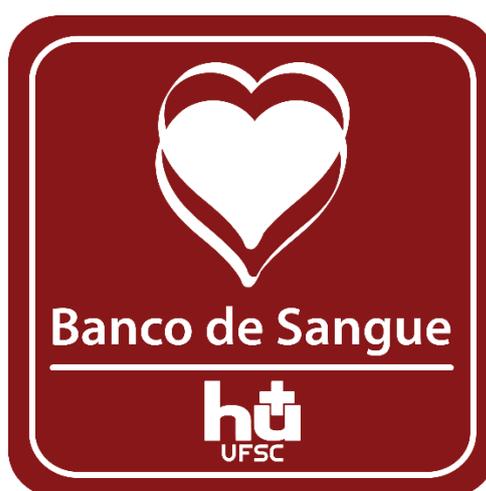
comunicação para conscientizar possíveis doadores sobre a responsabilidade ambiental e social de inaptos, trabalhando também em parceria com os organizadores do Trote Solidário da UFSC e com os centros acadêmicos organizando palestras, de forma a evitar problemas com a janela imunológica ou resultados de sorologias positivos de novos doadores.

Fez-se também uma parceria com a iniciativa SalvoVidas.com, projeto de Rafael Oki, nesta plataforma os interessados em colaborar com a doação de sangue faziam cadastro e recebiam por e-mail uma mensagem de pedido do seu tipo sanguíneo. Rafael acredita que esta iniciativa pode otimizar o processo de comunicação por doadores (de chamada de doadores) do Banco de Sangue do HU UFSC e dos demais hemocentros.

Ainda em 2016, a partir da PEC percebeu-se um problema de ordem comunicacional e de design. O BS não possuía uma identidade visual, que então foi desenvolvida pela equipe de design dando origem a marca gráfica e ao Brandbook do projeto, produzido pela aluna Isadora Orsatto, utilizado atualmente como manual de gestão da marca.

Na figura 2, pode ser observada a marca gráfica. Além disso, o projeto de branding desenvolveu as variantes da marca, os espaçamentos para a aplicação, sua construção, suas cores institucionais em diferentes formas (RGB, CMYK, Hexadecimal e Pantone), suas tipografias institucionais, aplicações em 2D (papelaria, etiquetas de coleta e adesiva, de diferentes tamanhos, formulários, panfletos e adesivos), aplicações 2,5D (placas de sinalização internas e externas, uniformes e brindes), aplicações 3,5D (site, Facebook, e-mail e WhatsApp) e usos incorretos da marca.

Figura 2: Marca gráfica do Banco de Sangue HU UFSC



Fonte: Arquivos Banco de Sangue HU UFSC

Na área comunicacional se percebeu as seguintes problemáticas: (i) inexistência de um canal de comunicação entre o BS com demais hemocentros e pesquisadores; (ii) inexistência de

um canal de comunicação direta com os doadores e com a comunidade e (iii) o atendimento dos funcionários aos doadores de sangue era merecedor de atenção com intuito de melhoria.

Como canal de comunicação oficial entre o BS, outros centros hemoterápicos e pesquisadores foi criada a página oficial do Banco de Sangue na plataforma Páginas UFSC (<https://bancodesangue.ufsc.br/>), focando na divulgação de informações e incentivando compartilhamento de pesquisas, tais como: portarias, leis e links dos demais centros hemoterápicos. Como canal de comunicação oficial entre o BS, os doadores e a comunidade, foi criado o perfil na rede social Facebook (<https://www.facebook.com/bancodesangueufsc>).

Este projeto de extensão contou com a colaboração dos alunos do Projeto Promocional, grupo de disciplinas do curso de Design UFSC, no qual os alunos desenvolveram um *brand voice* para cada canal de comunicação. O *brand voice* busca enriquecer a comunicação com o público-alvo, proporcionando uma melhor conexão entre a marca e seus usuários, expressando os valores determinados no DNA da marca. Para a plataforma Páginas UFSC foi estabelecido que toda a comunicação deveria seguir uma abordagem racional, com tom de voz informativo e formalidade. Para a rede social Facebook, foi estabelecido que toda a comunicação deveria seguir uma abordagem emocional com tom de voz informativo e convidativo.

Também foi criada uma Lista de Transmissão na ferramenta WhatsApp como uma comunicação direta com doadores que tivessem interesse em ser convidados a doar novamente, depois que o período de intervalo entre doações tivesse ocorrido (período de três meses para homens e quatro meses para mulheres) e para facilitar o contato com doadores de tipos sanguíneos específicos quando houvesse carência de algum deles. Para ser participante desta Lista de Transmissão, a inclusão deveria ser autorizada e identificada como aceita no sistema Hemote Plus<sup>1</sup>.

Em 2017, o Banco de Sangue participou com equipe formada por servidores e estagiários do laboratório de sorologia da 16ª SEPEX, com o estande “Doação de Sangue Consciente e o Banco de Sangue na Universidade: Conectando Vidas”, com a identidade visual e slogan desenvolvidos no projeto. A participação visava apresentar o Banco de Sangue à comunidade acadêmica e externa, tanto na sua potencialidade para o desenvolvimento de projetos de extensão quanto sobre a própria finalidade do serviço - que é o atendimento das demandas de saúde da comunidade, por meio do processo hemoterápico no Hospital Universitário. Tendo como objetivo maior a promoção da doação de sangue consciente como uma das ferramentas de garantia de qualidade, segurança e eficácia das transfusões sanguíneas.

---

<sup>1</sup> O Hemote plus® era o sistema digital da Empresa Sofis utilizado pelo Banco de Sangue HU UFSC para a gestão de serviços.

## Experiência extensionista com o banco de sangue HU UFSC: gestão estratégica de design

Seguindo a temática da SEPEX daquele ano, “a matemática está em tudo!”, apresentou-se as parcerias estabelecidas pelo projeto para a gestão estratégica e logística do complexo universo da doação de sangue, como o trabalho de gestão de estoques com o GELOG UFSC e a participação do projeto piloto da plataforma on-line para a captação de doadores, além da utilização dos materiais audiovisuais, gráficos, infográficos desenvolvidos ao longo do projeto.

Em 2018, foi criado o perfil do Banco de Sangue no Instagram (@bancodesanguehuufsc), de forma a atingir pessoas que talvez não utilizassem o Facebook e, também, com uma comunicação para um público-alvo genérico com uma linguagem mais emocional e convidativa.

O último ponto levantado pela PEC foi a possibilidade de melhorias do atendimento dos funcionários aos doadores de sangue e receptores de hemocomponentes. Em 2016, foram sugeridas a inclusão e implementação de um agendamento por telefone ou pelo site do Banco de Sangue em Páginas UFSC, para otimizar o atendimento do doador agilizando o processo de doação e diminuindo o tempo de permanência no BS. Em 2017, foi proposta a substituição da reserva via site pelo agendamento por e-mail, um funcionário ficaria responsável pela organização da agenda, que seria atualizada no aplicativo Google Agenda, com um link para a comunidade consultar as vagas disponíveis pelo site do BS em Páginas UFSC. Infelizmente, esta ação não se concretizou devido à carência de funcionário para assumir esta atividade.

Ainda, foi sugerido para melhorar o atendimento no Banco de Sangue aos doadores e receptores dos componentes sanguíneos a análise da estrutura e da equipe, utilizando questionários de avaliação do processo de doação a serem disponibilizados na sala de lanche de doadores e questionários de avaliação do processo de transfusão aos receptores após o recebimento dos hemocomponentes. Esta ação foi implementada e chegou-se à conclusão de que a pesquisa de satisfação (conforme a figura 3 apresentada a seguir) constituiu importante indicador do atendimento prestado pelo BS aos doadores e pacientes atendidos, permitindo melhorias contínuas e correção de falhas que comprometiam a qualidade do atendimento.

Figura 3: Formulário de pesquisa de satisfação do Banco de Sangue

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
HOSPITAL UNIVERSITÁRIO  
PROFESSOR POLYDORO ERNANI DE SÃO THIAGO

 **Banco de Sangue**

Unidade de Hemoterapia  
Ambulatório Transfusional  
Formulário de Sugestões e Reclamações  
Pesquisa de satisfação do cliente  
*Ajude-nos a atendê-lo melhor!*

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Nome (Opcional): \_\_\_\_\_

Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino      Data de Nascimento: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Procedimento Realizado:

( ) Infusão de Ferro      ( ) Sangria Terapêutica      ( ) Transfusão de Sangue  
( ) Outro \_\_\_\_\_

Você foi informado sobre o procedimento? ( ) Sim ( ) Não

Você foi orientado sobre possíveis reações que podem ocorrer? ( ) Sim ( ) Não

Qual figura melhor representa o que você achou do nosso atendimento?(marque com X)

( )      ( )      ( )      ( )      ( )

Comentário: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

O que poderia ter sido melhor no seu atendimento: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

*Estamos nos esforçando para prestarmos cada vez mais um serviço público de qualidade,  
gratos por seu apoio!*

Fonte: Arquivo do Banco de Sangue

## **RESULTADOS E ANÁLISES**

Por meio da parceria com o laboratório GELOG, que definiu o estoque de sangue ideal e, conseqüentemente, o gerenciamento do número de doações necessário para manter esse quantitativo, o Banco de Sangue obteve uma redução significativa dos custos em todas as atividades relacionadas diretamente com a doação de sangue, como: o desperdício de horas trabalhadas dos funcionários, que eram em número reduzido, com o preparo de lanches para doadores, com a realização do procedimento de coleta, desde a entrevista do doador, o processamento das bolsas, o armazenamento e descarte das bolsas de sangue coletadas, além de permitir diminuição dos custos com os exames sorológicos imuno-hematológicos; com o destino dos resíduos, bem como dos custos ambientais com o lixo produzido. De acordo com os registros de dados do sistema HEMOTE plus® foi possível realizar estudo comparativo entre o número de bolsas de sangue coletadas, o número de bolsas transfundidas e o número de bolsas descartadas por vencimento. Essa melhoria resultou na economia de R\$ 90.997,03 no ano de 2017 (redução de 25,8%), em comparação com o mesmo período (de janeiro a novembro) no ano de 2016. Além disso, nesse mesmo período houve uma redução no descarte pela sorologia de 8% demonstrando a conscientização dos doadores para o momento adequado à doação.

O trabalho realizado com a iniciativa SalvoVidas também apresentou resultados relevantes, em 2016, por meio do Trote Solidário do CTC: conseguiu cadastrar 1.500 interessados em doar sangue, que se voluntariaram para ser avisados quando seu tipo sanguíneo fosse necessário.

Por fim, pôde-se perceber o impacto das redes sociais criadas para o BS, que até janeiro de 2021 tinham 555 curtidas em sua página do Facebook, com sua postagem de maior visualização sendo vista por 1.300 pessoas. E seu perfil no Instagram, contando com 72 seguidores.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As ações extensionistas que objetivaram otimizar os processos para a doação de sangue, realizadas em parceria entre o Serviço de Hemoterapia do HU/UFSC e o curso de Design, impactaram positivamente na gestão estratégica do Banco de Sangue para incentivar a comunidade universitária sobre seu comprometimento social para doação consciente que incluía percepção sobre a economia em gastos, a necessidade de reduzir o descarte e os cuidados com o

meio ambiente evitando o uso de insumos desnecessários, principalmente ao priorizar doações em momento oportuno. Responsáveis por doações de sangue devem discutir questões relevantes sobre incentivos que estimulem a doação de sangue não relacionados a barganhas.

Além disso, este projeto de extensão só foi possível devido ao trabalho e às parcerias realizadas por diversas áreas do conhecimento, demonstrando a relevância de estudos como esse, que integram os diferentes cursos da Universidade sobre uma mesma temática. E, com isso, cumprir seu papel para melhorar a qualidade de vida da comunidade, dos serviços prestados pela UFSC e da formação dos estudantes.

Fatores limitantes deveram-se à falta de recursos humanos e financeiros suficientes para executar todo o planejamento inicial, no qual constava a agenda de marcação direta para os doadores de forma online e a organização dos candidatos a doação de sangue por centros de ensino. A concepção inicial de um centro coordenando as programações dos Trotes Solidários para que seus alunos, funcionários e professores doassem sangue em determinado mês, regulada pelo nível de estoque e de necessidade informados pelo Banco de Sangue.

Acredita-se que este projeto seja um modelo a ser replicado em outros serviços que realizam a captação de doadores voluntários de sangue, como as unidades e os centros hemoterápicos de hospitais públicos e universitários, estimulando um olhar de gestão de equipe interdisciplinar e transdisciplinar, constituindo-se em um campo propício para novas pesquisas na área.

## REFERÊNCIAS

BORJA DE MOZOTA, Brigitte. **Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa**. Bookman, 2011.

BRASIL, Ministério da Saúde. Portaria Consolidação V, 2017. Anexo IV do Sangue, Componentes e Derivados Art. 129 (Origem: PRT MS/GM 158/2016 Art. 130).

BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Elsevier, 2010.

ESTRADA, F.G.M.D.; OLIVEIRA, C.D.L.; SABINO, E.C. et al. **Are different motivations and social capital score associated with return behaviour among Brazilian voluntary non-remunerated blood donors?** *Transfusion Medicine*, 2020 Aug; 30(4): 255-262. DOI: 10.1111/tme.12684.

FERREIRA, Oranice; PASSOS, Afonso Dinis Costa. **Factors associated with failure of clinical screening among blood donors who have altered serological results in the Centro Regional de Hemoterapia de Ribeirão Preto**. *Rev. Bras. Hematol. Hemoter.*, São José do Rio Preto, v. 34, n. 6, p. 411-415, 2012.

MOHAMMED, S., ESSEL, H.B. **Motivational factors for blood donation, potential barriers, and knowledge about blood donation in first-time and repeat blood donors.** BMC Hematol 18, 36 (2018). <https://doi.org/10.1186/s12878-018-0130-3>.

SCHWEITZER, Jerilyn. **Understanding Why Individuals Donate Blood Could Lead to Better Donor Recruitment.** AABB News January 14, 2021 <https://www.aabb.org/news-resources/news/article/2021/01/14/aabb-news-understanding-why-individuals-donate-blood-could-lead-to-better-donor-recruitment>. Acesso em: 13/04/2022.

Recebido em: 08/06/2021

Aceito em: 08/08/2022