

também cresceram: em maio de 2025 foram 728 doadores aptos. Uma publicação no Instagram alcançou 2.205 visualizações, com 106 interações e 4h21min de tempo de exibição. A padronização visual e a distribuição de folders ampliaram a aceitação da campanha. **Discussão e conclusão:** A combinação de ações presenciais com estratégias digitais demonstrou-se eficaz. O uso de redes sociais facilitou o engajamento da população, especialmente dos jovens. Parcerias institucionais fortaleceram a credibilidade e ampliaram o alcance. Mesmo em períodos críticos, as ações mostraram impacto positivo na captação e fidelização de doadores. Conclusão Campanhas integradas, educativas e sustentadas, com o apoio de mídias digitais e instituições parceiras, são eficazes na promoção da doação de sangue. A continuidade dessas ações é fundamental para garantir estoques adequados e atender à demanda transfusional de forma segura e contínua.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2025.105715>

ID – 1229

CAMPANHA DE INCENTIVO À DOAÇÃO DE SANGUE E CADASTRO DE MEDULA ÓSSEA NO ÂMBITO ACADÊMICO: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA

GM Roson, VF Barbiero, D Rodrigues, CM Kallás, MEA Rocha, CSD Fraga, MRP Gonçalves, AM de Souza, LC Martins, AP Cinto, AV Valler, CP Trois, LF Silva

Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas), Campinas, SP, Brasil

Introdução: A prática da doação de sangue no Brasil teve início logo após a Segunda Guerra Mundial, em resposta à crescente demanda por esse recurso essencial. Desde então, tanto a doação de sangue quanto a de medula óssea consolidaram-se como intervenções indispensáveis no contexto hospitalar, especialmente em situações de trauma, cirurgias e doenças hematológicas. Apesar de sua notória importância, os índices de doação no Brasil permanecem aquém do ideal. Dados do Ministério da Saúde indicam que apenas 1,8% da população brasileira doa sangue regularmente, número inferior ao mínimo recomendado pela Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS), que é de 2% a 3%. Ademais, o país ainda enfrenta desafios para manter estoques regulares e seguros, sobretudo, devido à queda nas doações em determinados períodos do ano e à dificuldade de fidelização dos doadores. Frente a esse cenário, o presente relato descreve uma campanha de incentivo à doação, no âmbito acadêmico do Ensino Superior, para garantir o abastecimento dos bancos de sangue e ampliar o número de cadastrados no Registro Nacional de Doadores de Medula Óssea (REDOME). **Descrição do caso:** A campanha foi organizada por meio da articulação entre a Liga de Hematologia e Hemoterapia e o Comitê Local da Federação Internacional das Associações de Estudantes de Medicina (IFMSA Brasil), ambos vinculados à Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). Os envolvidos discutiram questões logísticas, como captação de patrocinadores para

lanches pré e pós-doação, obtenção de tendas e cadeiras, e ainda participaram de uma capacitação teórica, cujo enfoque foi a interpretação de hemogramas e o processo de doação de hemocomponentes. A divulgação da campanha ocorreu com uma semana de antecedência, mediante canais de comunicação online internos à Instituição. A ação foi efetivada em 27 de maio de 2025, em frente ao ambulatório do Hospital da PUC-Campinas, em parceria com o Hemocentro da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), responsável por fornecer a infraestrutura para coleta e cadastro de doadores. O processo ocorreu em cinco etapas sequenciais: acolhimento, triagem clínica, doação, repouso e lanche. Simultaneamente, foram realizadas abordagens educativas com esclarecimentos sobre a importância da doação de sangue e o processo de cadastramento no REDOME. Ao final, os resultados foram contabilizados e discutidos entre os organizadores a fim de avaliar a ação e implementar melhorias em futuras edições. No total, foram registrados 69 cadastros de doadores em potencial, dos quais 52 doações foram efetivamente realizadas e avaliadas como viáveis. Considerando que cada bolsa de sangue pode beneficiar até quatro pacientes, estima-se que a campanha tenha gerado impacto sobre 208 vidas. Adicionalmente, 22 novos cadastros foram efetuados no REDOME, ampliando as possibilidades de compatibilidade para pacientes que necessitam de transplante. Para além dos resultados quantitativos, infere-se que o projeto informou os participantes e os incentivou a manterem a prática contínua de doação. **Conclusão:** Em síntese, os resultados denotam a efetividade da mobilização e o engajamento da comunidade acadêmica, refletindo o potencial das Instituições de Ensino Superior na promoção de iniciativas voltadas à saúde pública e na construção de uma cultura solidária e contínua de doação.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2025.105716>

ID – 2856

CAMPANHA SANGUE BIOMÉDICO 2.0: INCENTIVO À DOAÇÃO VOLUNTÁRIA DE SANGUE ENTRE ACADÊMICOS E COMUNIDADE

LEdS Valente^a, IdMe Costa^a, ADD Martinez^a, DEL Laborda^a, EA Dutra^a, JF Paes^{a,b}

^a Centro Universitário FAMETRO (CEUNI-FAMETRO), Manaus, AM, Brasil

^b Programa de Pós-graduação em Imunologia Básica e aplicada (PPGIBA), Universidade Federal do Amazonas (UFAM), Manaus, AM, Brasil

Introdução: A doação de sangue é um ato voluntário e altruísta de suma importância para a manutenção dos estoques hemoterápicos e para a garantia de atendimento a pacientes em situações de urgência e tratamentos contínuos. Nos últimos dois anos, o Brasil registrou um leve aumento de 1,9% do número de bolsas de sangue coletadas, segundo dados do Ministério da Saúde. Já as transfusões de sangue apresentaram crescimento de 2,9%. Embora o número de