

majoritariamente feminino, Rh positivo, que se autodeclara cor branca, com motivações predominantemente voluntárias, especialmente entre os doadores de primeira vez. Jovens com 16 e 17 anos desempenham um papel crucial na manutenção do estoque de sangue e na promoção da doação voluntária para as futuras gerações. Os resultados indicam a necessidade de intensificar campanhas direcionadas à juventude, principalmente indivíduos do sexo masculino, que, embora possa doar com mais frequência que o feminino, apresentam menor participação entre os adolescentes. É necessário fortalecer ações para majorar o comparecimento de doadores de grupos estratégicos à sustentabilidade do sistema transfusional, contribuindo ainda mais para a consolidação da cultura da doação voluntária.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2025.105705>

ID – 442

#### ACTIVE CONTACT STRATEGIES INCREASE RETURN DONATION RATES IN FIRST-TIME BLOOD DONORS: A SYSTEMATIC REVIEW AND META-ANALYSIS

JP Machado Ribeiro Jacintho Silva <sup>a</sup>,  
AC de Azevedo Chaves <sup>b</sup>, AL Marques de Brito <sup>c</sup>,  
JR dos Santos Evangelista <sup>d</sup>,  
L Barreira Vitorino <sup>c</sup>, Y Vilas Boas de Miranda <sup>e</sup>,  
P Lacê Silvino <sup>f</sup>

<sup>a</sup> Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brazil

<sup>b</sup> Univeridade Estácio de Sá/IDOMED, Rio de Janeiro, RJ, Brazil

<sup>c</sup> Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), Rio de Janeiro, RJ, Brazil

<sup>d</sup> Universidade do Grande Rio, Rio de Janeiro, RJ, Brazil

<sup>e</sup> Faculdade de Medicina de Petrópolis (UNIFASE/FMP), Petrópolis, RJ, Brazil

<sup>f</sup> ONG Hemocione, Rio de Janeiro, RJ, Brazil

**Introduction:** Retention of first-time blood donors is a major challenge for blood supply sustainability, as many do not return after their initial donation. Barriers include fear of adverse events, lack of confidence and uncertainty about the impact of their donation. Active contact interventions, such as personalized messages or phone calls, have been proposed to improve donor engagement and encourage repeat donations, but their effectiveness remains uncertain across different settings and intervention types. **Objectives:** To evaluate the effectiveness of active contact strategies compared to no contact in increasing return donation rates among first-time blood donors. **Material and methods:** A systematic review and meta-analysis were conducted following PRISMA guidelines. Eligibility criteria included randomized controlled trials (RCTs) enrolling first-time blood donors, comparing any active contact intervention (e.g., SMS, telephone, letters) versus no contact, reporting return rates for subsequent donations. Study selection and data extraction were performed independently in duplicate. Risk of bias was assessed using

the Cochrane RoB 2.0 tool. Searches were performed in PubMed, Embase, and the Cochrane Library up to February 2025. Meta-analyses were conducted in R software (v.4.3.3) using fixed- or random-effects models based on heterogeneity ( $I^2$ ). Effect sizes were expressed as risk ratios (RRs) with 95% confidence intervals (CIs). Funnel plots assessed publication bias, and leave-one-out sensitivity analyses were performed. The protocol was registered in PROSPERO (CRD420251085364). **Discussion and conclusion:** Seven RCTs including 11,029 first-time donors were analyzed. Active contact strategies significantly increased return donation rates compared to no contact (RR = 1.25; 95% CI: 1.18–1.31;  $I^2$  = 0%). Subgroup analyses demonstrated significant effects for SMS (RR = 1.26; 95% CI: 1.17–1.35;  $I^2$  = 37.8%) and telephone calls (RR = 1.25; 95% CI: 1.15–1.36;  $I^2$  = 0%). When categorized by content, emotional messages (RR = 1.27; 95% CI: 1.18–1.36) and reminders (RR = 1.25; 95% CI: 1.14–1.37) were effective, while educational messages had inconclusive effects (RR = 1.10; 95% CI: 0.95–1.27). In analyses by timing, both short-term interventions ( $\leq 2$  months) (RR = 1.23; 95% CI: 1.13–1.34;  $I^2$  = 18%) and long-term interventions ( $> 2$  months) (RR = 1.26; 95% CI: 1.15–1.38;  $I^2$  = 0%) significantly increased donor return. Leave-one-out sensitivity analyses confirmed stability of findings, with RR values ranging from 1.23 to 1.27. Funnel plots indicated minimal publication bias. Active contact strategies, particularly SMS and telephone calls, consistently enhance donor return rates among first-time blood donors. Although the overall meta-analysis showed no heterogeneity, the moderate heterogeneity observed in SMS interventions ( $I^2$  = 37.8%) suggests that factors such as content, personalization, and timing may influence effectiveness. These interventions represent practical, scalable, and low-cost tools for donor retention programs, supporting their broader implementation and highlighting the need for further research to optimize their impact.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2025.105706>

ID – 175

#### ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO DOS CRITÉRIOS DE ELEGIBILIDADE PARA DOAÇÃO DE SANGUE NOS SITES DOS HEMOCENTROS BRASILEIROS

ER Bravo <sup>a</sup>, RdS Oliveira <sup>b</sup>

<sup>a</sup> Pesquisador Independente, Rio de Janeiro, RJ, Brasil

<sup>b</sup> Coautor Independente, Rio de Janeiro, RJ, Brasil

**Introdução:** A doação de sangue voluntária é essencial para o funcionamento dos sistemas de saúde. No Brasil, a taxa de doação de sangue está abaixo da recomendada pela Organização Mundial da Saúde (OMS), reforçando a necessidade de estratégias para informar e sensibilizar potenciais doadores. **Objetivos:** Analisar a divulgação dos critérios para doação de sangue nos sites dos hemocentros brasileiros e discutir o impacto no esclarecimento das dúvidas dos potenciais doadores. **Material e métodos:** Estudo comparativo sobre a divulgação dos critérios de elegibilidade nos sites dos hemocentros públicos dos Estados AM, PA, CE, PE, GO, MT, SP, RJ,

SC e PR. Coleta de dados entre maio e junho de 2025, utilizando os termos "quero doar", "critérios de doação" e "quem pode doar" nos sites oficiais. Analisados 14 critérios, divididos em dois eixos: forma de apresentação (linguagem, navegação e canais de comunicação e FAQs-perguntas frequentes-) e conteúdo informativo (critérios gerais: peso, idade, jejum, bem-estar, critérios clínicos, comportamento sexual, uso de medicamentos, inaptidão definitiva, temas atuais e referência às normativas). **Resultados:** Dentre os sites: 60% usaram texto corrido e 40% optaram por cartilhas e infográficos. FAQs estavam presentes em 60%, e todos adotaram linguagem acessível. Quanto aos canais de comunicação, 50% ofereceram WhatsApp, 30% números 0800 e 20% não tinham canais diretos além do telefone. Em 70% as informações estavam na página inicial, facilitando a navegação. Todos os hemocentros apresentaram os critérios básicos, mas apenas 40% detalharam a inaptidão temporária (cirurgias, vacinas, viagens, doenças). O comportamento sexual foi citado em 70%. Inaptidão definitiva e temas atuais apareceram de forma superficial em 70% dos sites. O uso de medicamentos foi abordado em 60%, porém só 10% apresentaram listas completa. **Discussão:** A forma de apresentação impacta na compreensão dos candidatos, principalmente os que acessam a internet como fonte principal de esclarecimento. Apesar da linguagem acessível, apenas 40% diversificaram o formato com recursos audiovisuais. Essa limitação pode afetar pessoas com baixo letramento em saúde. A presença de FAQs e canais como WhatsApp/0800 melhora o acesso a informação, mas 20% dos hemocentros não ofereceram canais diretos para dúvidas, uma lacuna na estratégia de esclarecimento. Em relação ao conteúdo, apenas 40% detalharam aspectos clínicos como cirurgias e doenças, esclarecimento que poderiam evitar deslocamento de um candidato sabidamente inapto. O comportamento sexual, apesar de citado por 70% dos sites, foi frequentemente tratado de forma vaga, com expressões como "comportamento de risco", o que pode gerar interpretações erradas e reforçar tabus. A ausência de informações claras sobre inaptidão definitiva, uso de medicamentos e temas atuais como uso PrEP/PEP e procedimentos estéticos aponta a ineficiência na divulgação da informação atualizada. Em apenas 50% dos sites as normativas brasileiras foram citadas desperdiçando a oportunidade de informar embasado em normas oficiais. **Conclusão:** Abordagens diversificadas e completas dos critérios de elegibilidade podem ampliar a adesão, melhorar a experiência do doador, reduzir frustrações por inaptidão evitável e otimizar o recurso dos hemocentros, fortalecendo a doação de sangue no Brasil.

<https://doi.org/10.1016/j.htct.2025.105707>

ID – 2225

#### ANÁLISE DA QUALIDADE DE VIDA PERCEBIDA NOS DOADORES DE SANGUE POR PROCEDIMENTO DE AFÉRESE NO BANCO DE SANGUE SERUM CENTRO - RJ

PG Moura, MdS Simão, F Akil, PC Salgado, EAd Fonseca, SCPd Silva, TSd Cruz, GB Gomes, L Avelar

Grupo Gestor de Hemoterapia - Grupo GSH, Rio de Janeiro, RJ, Brasil

**Introdução:** A Doação de sangue é um ato altruísta e voluntário que pode salvar vidas. Os doadores devem ter entre 16 e 69 anos e estar com bom estado de saúde. Essa ação é de fundamental importância para manutenção dos estoques de hemocomponentes e continuidade da assistência hemoterápica, mas este processo deve ser seguro e deve preservar a saúde do doador. **Objetivos:** Analisar a qualidade de vida percebida pelo doador de sangue de repetição por procedimento de aférese em um banco de sangue privado no Rio de Janeiro. **Material e métodos:** Trata-se de um estudo descritivo onde foram coletados dados sociodemográficos e dados usando a ferramenta instrumento de Qualidade de Vida SF-36. Analisamos a percepção de qualidade de saúde nos doadores de aférese do Banco de Sangue Serum Centro, durante o período de fevereiro e março de 2025, após o consentimento. O preenchimento foi feito pelo próprio, durante o procedimento e sua identidade foi preservada. **Resultados:** Analisamos um total de 62 doadores, sendo que 1 foi excluído por dados incompletos. Os resultados revelaram uma amostra essencialmente composta por homens (96.7%), com faixa etária que variou de 19 a 65 anos, que já tinham feito doações anteriores (variando de 1 a 2 no ano de 2025 e de 1 a 11 no ano de 2024). Os escores obtidos no SF-36 confirmam o atestado de boa saúde identificados nas triagens clínicas, sendo elevados em todos os domínios e caracterizando uma população saudável. Dos doadores, 68,9% relataram sensação de vigor e força durante a maior parte ou durante todo tempo no último mês, 90,1% referem sensação de calma e tranquilidade a maior parte do tempo no último mês, 70,5% relatam sensação de felicidade a maior parte do tempo ou durante todo tempo no último mês. Cabe ressaltar que 11,5% dos doadores relataram comprometimento da saúde emocional afetando o trabalho e a atividade física no último mês, 9,8% dos doadores relataram que durante uma boa parte do tempo apresentam sensação de desânimo no último mês, 8,2% dos doadores relataram sensação de esgotamento durante uma boa parte do tempo no último mês 19,7% relataram dores no último mês interferindo no seu trabalho e/ou nas suas tarefas domésticas. **Discussão e conclusão:** Os dados referentes ao perfil do doador confirmam algumas características do doador brasileiro, e os dados referentes ao questionário SF-36 se assemelham aos encontrados em estudos com grupos de indivíduos saudáveis. A percepção de qualidade de vida do doador de sangue é excelente de uma forma geral, muitos doadores relatam sensação de bem-estar após a doação por saber que estão salvando vidas. Porém, podemos perceber que temos alguns desafios que podem vir a comprometer esses doadores quando eles relatam um comprometimento de sua saúde emocional influenciando suas atividades cotidianas e nas suas relações. Na doação por aférese utilizamos um equipamento automatizado que permite a coleta de componentes específicos do sangue e tem critérios mais seletivos para doadores. Esta modalidade de doação exige maior tempo de doação e comprometimento por parte do doador. A percepção de saúde e bem-estar associada a doação não é só importante do ponto de vista de triagem clínica, mas também para a fidelidade e manutenção deste perfil de doadores. Destacamos a