

Capítulo 2

Captación de donantes de sangre

En los primeros tiempos las personas que captaban donantes de sangre enfocaban la tarea con altruismo; su motivación primordial era idealista, a saber, «la unidad del género humano». Sin embargo, el concepto de donación voluntaria de sangre nunca ha sido fácil de promover y últimamente se lo suele enfocar de manera más pragmática. Ahora bien, es de esperar que los móviles altruistas de los que abrieron el camino no se hayan perdido o se hayan descartado con indiferencia.

Como consecuencia del origen étnico, la religión y las creencias del pueblo, cada país, sea cual fuere su estado de desarrollo, se enfrenta a problemas específicos. La motivación de los donantes puede variar no sólo de un país a otro sino también de una región a otra dentro del mismo país. Hay que abstenerse de generalizar y la planificación y las decisiones deben basarse en realidades. Los planificadores no deben seguir ciegamente los programas formulados por y para otros países y regiones.

Seguidamente se exponen unos principios que pueden servir de pauta para los planificadores de programas de captación de donantes de sangre. Se da por supuesto que el gobierno ha aprobado al más alto nivel el establecimiento del programa de transfusión de sangre y que el servicio se basa en la donación voluntaria y no remunerada. El presente análisis se limita a la captación de donantes de sangre entera.

LABOR PREPARATORIA

Para conseguir buenos resultados es esencial establecer objetivos claros y efectuar estudios concisos y encuestas coherentes. Al formular el programa de captación, los objetivos deben ser:

- determinar los principales factores susceptibles de despertar el interés de la comunidad y motivarla a donar sangre voluntariamente;
- a partir de esa información, formular y planificar estrategias que respondan a las expectativas de los donantes potenciales;
- una vez emprendido el programa, formar un grupo de donantes fiables, leales y voluntarios que contribuya a captar otros donantes.

Organización

La zona atendida por el servicio de transfusión de sangre se debe subdividir según factores tales como las divisiones geográficas naturales, las características socioeconómicas básicas, los grupos culturales y religiosos, la densidad demográfica y la facilidad de acceso, teniendo también en cuenta el emplazamiento de otros grupos homólogos y centros donde el entorno y las circunstancias puedan estimular la captación. Las dos últimas consideraciones ayudarán a determinar las prioridades a la hora de emprender campañas de captación. El principio básico es concentrar los esfuerzos donde la campaña pueda ser más eficaz.

Comunicaciones

Los medios y métodos de comunicación utilizables se indican seguidamente.

- *Medios de información nacionales o locales*

La publicidad nacional, regional o subregional da a conocer la necesidad de sangre. Deben hacerse, como servicio público, anuncios por radio y televisión, en los diarios, en las revistas generales y comerciales y en otro material escrito que tenga influencia.

- *Comunicaciones personales*

Estas comunicaciones se efectúan mediante circulares de asociaciones profesionales, boletines de agrupaciones, revistas escolares, noticieros religiosos o envío directo por correo.

- *Colaboración de personajes célebres nacionales y locales*

A todos los personajes célebres genuinamente sensibles a la causa se les debe pedir que colaboren en el programa de manera voluntaria.

- *Instituciones docentes*

La educación destinada específicamente a los jóvenes constituye el arma más eficaz contra las supersticiones y mitos relacionados con la donación de sangre. Es importante, pues, introducir ese tema en las escuelas como parte del programa de estudios de ciencia y civismo. Los jóvenes son donantes potenciales, por lo que interesa que aprendan a aceptar la donación de sangre como cosa normal.

- *Educación del público en general*

Para educar al público en general hace falta el apoyo del gobierno y de otras autoridades; por tanto, la aprobación estatal es imprescindible para todo programa de captación de donantes. En algunos países la publicidad para captar donantes ha de ser aprobada previamente por el gobierno. Conviene hacer un uso selectivo, y de ser posible gratuito, de los canales de publicidad estatal.

- *Oficiales de captación (véase «Personal», página 22)*

Los encargados de la captación son el contacto con el público en general y deben, por consiguiente, estar informados acerca de los adelantos científicos y técnicos de la medicina de la transfusión. Conviene realizar reuniones mensuales de ese personal para que cambie impresiones sobre su labor y celebre discusiones técnicas.

El material publicitario de la captación, por ejemplo, carteles, anuncios televisados, lemas pegadizos o historietas gráficas debe ser preparado y difundido por profesionales con experiencia en el medio que utilicen. El analfabetismo de la población no debe ser nunca una excusa para abstenerse de hacer propaganda.

Elección de los métodos de comunicación

A la hora de elegir entre los diversos métodos de comunicación habrá que tener en cuenta sus ventajas e inconvenientes, el interés de las personas que los controlan y su eficacia por relación al costo.

CALCULO DE COSTOS Y PREPARACION DE PRESUPUESTOS

El presupuesto del programa de captación de donantes requiere una preparación minuciosa. Lo primero es calcular el número de unidades de sangre que se necesita anualmente, partiendo como base de la cantidad de población y el número de camas de hospital

para casos agudos (véase el capítulo 1). Resulta ventajoso preparar presupuestos a corto plazo, a plazo medio y a largo plazo. Debe recabarse la ayuda de personas expertas (por ejemplo, miembros del comité de finanzas de la organización) pero el director del servicio de transfusiones y los oficiales de captación de donantes son los responsables del éxito o fracaso del programa de captación.

PERSONAL

Dado que en la captación participarán tanto profesionales como no profesionales, habrá que puntualizar desde un principio las normas para el grupo que se encargue de esa labor. También habrá que determinar anticipadamente las prioridades de captación para el futuro desarrollo del programa: la disciplina y el control son requisitos obvios.

Personal profesional

Todos los puestos clave necesarios para la captación de donantes habrán de ser cubiertos por personal profesional remunerado que trabaje por tiempo completo o a media jornada. Las descripciones de puesto, con horarios detallados, inclusive el tiempo de trabajo fuera del horario normal, deberán figurar por escrito y serán bien explicadas a cada oficial.

Personal voluntario

No se debe subestimar la importancia de los oficiales voluntarios de captación, que a menudo son también donantes de sangre: su gran entusiasmo y su persuasión cerca de los nuevos donantes son de incalculable valor. Lo ideal es que esos oficiales sean supervisados por personal profesional. Sin embargo, el control resulta muy difícil cuando un solo oficial profesional ha de supervisar a más de cinco voluntarios.

Selección y responsabilidad

Nunca se insistirá bastante en la importancia de la labor que efectúan los oficiales de captación y del tacto con que deben proceder. Se encuentran en la «primera línea» de contacto con el público, por lo que una selección cuidadosa de esas personas es

esencial para el buen éxito del programa de captación. En sus descripciones de puesto o en las normas permanentes para el personal se indicará con claridad ante quién son responsables esos oficiales.

Supervisión y evaluación

El oficial a cargo del programa de captación habrá de establecer y controlar un sistema para supervisar al personal profesional que de él depende. Este personal habrá de cambiar impresiones sobre su trabajo, mantener contacto con el oficial superior y presentar informes por escrito sobre la labor realizada.

La necesidad de supervisión abarca también a los oficiales voluntarios pero en este caso habrá que proceder con más flexibilidad que con el personal profesional. Los esfuerzos del personal voluntario se deben orientar directamente hacia los donantes potenciales para informarlos, convencer a los indecisos, resaltar la buena imagen del programa y mejorar sus posibilidades de éxito. Aunque los voluntarios estarán ya convencidos de la utilidad de lo que hacen, conviene enseñarles técnicas básicas de comunicación antes de enviarlos sobre el terreno, particularmente si no tienen experiencia en el trabajo de captación de donantes. Los voluntarios se dividirán en grupos y desplegarán su labor por toda la comunidad. La información que difundan de palabra circulará con mucha mayor rapidez que cualquier comunicación escrita. Bien motivados y movilizados, los voluntarios reforzarán considerablemente la eficacia del programa.

Los efectos de un programa satisfactorio se asemejan a una reacción en cadena: un oficial eficiente consigue un donante voluntario de sangre que, a su vez, consigue a otro y así sucesivamente hasta que toda la comunidad queda involucrada en la donación voluntaria. El oficial habrá de conseguir además la continuidad de las donaciones de las personas a quienes haya persuadido.

INCENTIVOS PARA EL DONANTE

Normas

La provisión de incentivos para el donante puede ser mal interpretada, por lo que conviene establecer normas al respecto y observarlas estrictamente. Hay que decidir de antemano si se

aceptan o no regalos de organizaciones privadas o de particulares y, en caso afirmativo, de qué magnitud. El principio básico es que el incentivo para el donante no debe ser una remuneración camuflada y que los regalos que no se ajusten a las normas convenidas habrán de ser rechazados. Lo mejor es, por tanto, promover el apoyo y la autoayuda de la comunidad, en vez de ofrecer incentivos.

Hay que proceder con cautela en la búsqueda de patrocinadores para programas especiales o campañas periódicas de captación de donantes: el comercialismo descarado o insidioso se evitará discretamente.

El incentivo para el donante es un medio útil de formación de imagen y a veces constituye un recordatorio para las personas que han dejado de donar sangre. El tipo de incentivo dependerá de factores locales: los jóvenes suelen apreciar objetos de recuerdo sencillos y atractivos aunque tengan poco valor intrínseco. El momento y la frecuencia son de importancia crucial: los incentivos numerosos y demasiado frecuentes suelen menoscabar la eficacia de este sistema.

PROGRAMAS ESPECIALES Y CAMPAÑAS PERIODICAS DE CAPTACION DE DONANTES

Cuando se proyecta un programa especial de captación es importante puntualizar bien su objetivo y mantener perfectamente informado al respecto a todo el personal, inclusive el de toma de sangre y el de laboratorio. Los preparativos habrán de terminar por lo menos una semana antes de comenzar el programa y los días que queden hasta entonces se pueden dedicar a atraer y estimular al público antes de que empiece la labor de captación propiamente dicha.

ESTRATEGIAS DE RETENCION DE DONANTES

Instalaciones de colecta de sangre

El logro de una buena imagen pública y la retención de donantes serán más fáciles si tanto las unidades móviles como los centros fijos de toma de sangre están bien diseñados. Por bueno que sea el emplazamiento, habrán de evitarse los locales sórdidos. Las instalaciones deberán estar a la altura de las expectativas del donante en cuanto a comodidad y facilidad.

Puntos de colecta

Los donantes esperan áreas de recepción alegres y atractivas en los centros y otros puntos de colecta de sangre. Debe haber asientos suficientes y, si se forma una cola, deberá indicarse el tiempo de espera. Las personas deben sentirse bien durante la donación de sangre y si experimentan alguna incomodidad se corregirá lo antes posible. La mayoría de los donantes esperan un pequeño refrigerio después de la toma de sangre, lo cual encaja bien en el tiempo de recuperación que ha de seguir.

Unidades móviles de colecta de sangre

Las unidades móviles o «autobuses de donación» son una gran facilidad para muchas personas e impulsarán a otras a donar sangre por primera vez. El personal de captación habrá de fijar de antemano las rutas y los horarios de esos autobuses. Las medidas indicadas tanto en esta sección como en el capítulo 3 se orientarán de preferencia al estímulo de los donantes primerizos para que pasen a ser habituales.

Personal

El personal encargado de la colecta de sangre debe inspirar confianza y simpatía. Debe ofrecer una imagen de profesionalismo, atención y eficiencia, combinados con afectuosidad personal.

Los donantes pueden abrigar suspicacia al entrar en el centro de colecta. Es posible que esperen alguna incomodidad, o incluso dolor, durante la toma y se verán un tanto sorprendidos al comprobar que no es así. Se sentirán satisfechos de sí mismos después de la donación por haber hecho algo de manera altruista. Ahora bien, si encuentran un personal con mal talante, poco educado o mal dirigido, o un local desorganizado o sucio es probable que no vuelvan a donar sangre.

No incumbe a los oficiales de captación atender a las personas rechazadas como donantes por razones médicas. A menudo se sentirán tentados a intervenir o se verán implicados inadvertidamente en esos casos, pero nunca deben dar explicaciones de tipo médico, cosa que corresponde exclusivamente al personal profesional.

Urgencias

Siempre que ello no atente contra la confidencialidad, puede indicarse a los donantes el estado general de los pacientes que

recibirán la sangre que ellos faciliten en respuesta a una llamada urgente. Aunque eso no se ajusta plenamente a la política normal, contribuye a disipar la sospecha del donante llamado a horas intempestivas respecto a la urgencia de la situación.

Estrategia posdonación

Es importante enviar notas de agradecimiento a los individuos o grupos por su donación. Esas notas son prueba de cortesía que indican a la persona que no se la ha olvidado después de la donación.

Ceremonias especiales

Deben celebrarse ceremonias anuales de concesión de galardones para reconocer el mérito de las personas que hayan donado sangre muchas veces y felicitarlas. Esas ceremonias deben recibir amplia publicidad y debe invitarse a grupos homólogos y ciudadanos conocidos a que dirijan la palabra a los donadores para poner de relieve su destacado servicio a la comunidad. También conviene que asista el personal de captación para que tenga la oportunidad de tratar con los donantes en un entorno social.

REGISTROS DE DONANTES

Una vez lanzado un programa de captación de donantes es de primordial importancia llevar un registro adecuado y efectivo de esas personas. Los métodos para ello van desde simples ficheros de tarjetas hasta sistemas informatizados: la elección de determinado programa de sangre vendrá determinada por el número de donantes, el número y la formación del personal de mantenimiento del sistema y los recursos financieros y técnicos disponibles.

Cualquiera que sea el sistema de registro utilizado, el personal que lo utilice o tenga acceso a él habrá de respetar escrupulosamente la seguridad y la confidencialidad de los datos. El registro de donantes es, a todas luces, esencial para ponerse en contacto con ellos cuando la transfusión haya tenido efectos adversos en el receptor (por ejemplo, transmisión de una infección). Además, a menudo se olvida su utilidad para animar a los donantes a repetir la donación. Se trata de un método eficaz de captación que debería ser mejor aprovechado.

VIGILANCIA

Un programa de captación de donantes bien llevado nunca es pasivo. En efecto, debe adaptarse a los cambios de comportamiento de la comunidad tanto si éstos son repentinos y marcados como consecuencia, por ejemplo, de la epidemia de síndrome de inmunodeficiencia adquirida (SIDA), como si son lentos y duran decenios. Para que haya esa flexibilidad se precisa un sistema regular de vigilancia de la eficacia del programa.

Los parámetros del sistema de vigilancia son fáciles de fijar, ya que el indicador del éxito o el fracaso es el aumento o la disminución del número de unidades de sangre obtenidas. La eficacia de la vigilancia dependerá de que se detecten y reconozcan esas variaciones con puntualidad y exactitud y de que se adopte sin demora la oportuna acción correctiva.

CONCLUSIONES

Un programa eficaz de captación de donantes no admite simplificaciones. El único modo de alcanzar buenos resultados es enfocándolo sistemática y profesionalmente. La labor preparatoria se debe evaluar y a veces repetir actualizando ciertos aspectos o corrigiendo errores. El programa y el presupuesto cambiarán de manera tan incontrolable e imprevisible como las condiciones nacionales y locales de orden social, económico, médico y político. Por ello, la captación es una labor esencialmente progresiva y activa. El desafío siempre está presente.