



Campañas de donación voluntaria

María de Lourdes Vargas*

* Jefe del Servicio de Banco de Sangre. Cruz Roja Mexicana. México, D.F.

Marco legal

Hasta 1975, el 95% de la sangre que se utilizaba en los hospitales de nuestro país procedía de donaciones pagadas, realizadas por personas que se dedicaban a esta actividad.

El 5% restante se obtenía de allegados a los enfermos que donaban bajo presión de necesidad urgente. Y algunos de éstos también recibían remuneración por ello.

Partiendo de un principio fundamental de Cruz Roja («Humanidad») por el cual debemos ayudar a víctimas de desastres, emergencias o accidentes, Cruz Roja Mexicana implementó en 1975 un programa dedicado a promover la donación voluntaria altruista de sangre en la ciudad de México, sin fines lucrativos y rechazando la comercialización de la misma, con el lema «Donar sangre es donar vida».

Este programa se enfocó a tres metas principalmente:

- 1) Concientizar a la población de la bondad y ventajas de la donación voluntaria altruista de sangre.
- 2) Combatir el comercio de sangre.
- 3) Proporcionar a los pacientes sangre y hemoderivados más seguros.

Para alcanzar estas metas se inauguró el Centro de Sangre de Cruz Roja Mexicana en el D.F., con dos áreas de trabajo principalmente:

- a) Un área de promoción, cuya función es promover la donación voluntaria de sangre mediante la organización de campañas de donación voluntaria altruista.
- b) Instalaciones necesarias y adecuadas para la atención de donantes y la obtención de unidades de

sangre, registro, fraccionamiento, estudio, almacenamiento y distribución de la misma.

Y lo más importante: contar con el personal necesario, capacitado y sobre todo comprometido con el programa de donación de sangre voluntaria altruista, así como voluntarias.

Promociones

Éstas se efectúan por medio de una agenda de empresas, fábricas, bancos, universidades, oficinas de gobierno, así como a través de medios de comunicación. Y se dividen en 2 actividades principalmente:

- Promoción cotidiana. Se organiza utilizando los métodos y medios necesarios como son carteles, trípticos, volantes salvavidas, etc. que apoyan las pláticas de información y motivación para lograr que las personas respondan a este llamado y donen sangre en cada campaña organizada con grupos humanos cautivos, en los lugares que nos abren sus puertas y nos brindan las facilidades para lograr el reclutamiento de donantes que a diario se requieren. Todo esto es coordinado uno o dos meses antes de la fecha programada por nuestra promotora, quien se encarga de establecer el calendario de actividades diarias por mes para cubrir las necesidades de nuestro hospital principalmente y que también nos permite apoyar solicitudes externas de hemoderivados de hospitales particulares o del sector salud.
- Promoción masiva. Ésta se lleva a cabo con el apoyo de los medios de comunicación como son radio, televisión, periódicos... Actualmente, Cruz Roja Mexicana la efectúa anualmente, con el apo-

yo completo de una de las cadenas de radio más prestigiosas de la ciudad de México: grupo Radio Centro, y se realiza desde 1981, denominada «operación salvavidas» con la que logramos cubrir las necesidades de una época de vacaciones.

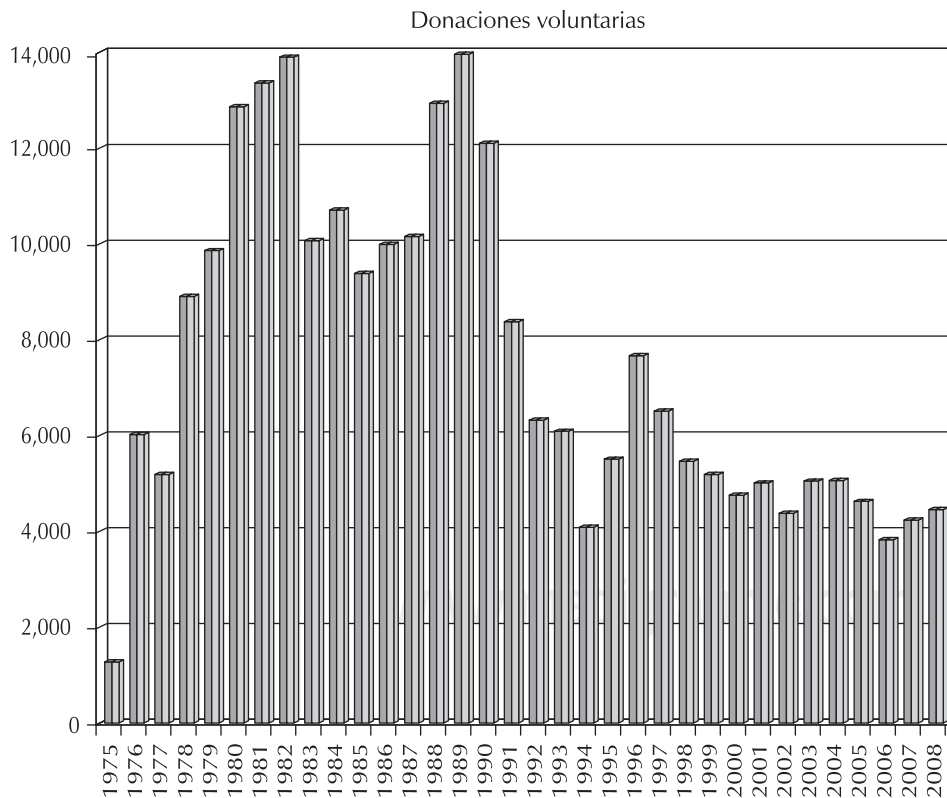
Atención de donantes o disponibles en campaña

Toda persona que se convence y asiste a donar sangre pasa por:

- Recepción para:
 - a) Información. Acerca de la donación y prácticas de riesgo.
 - b) Registro de datos personales. Nombre, fecha de nacimiento, sexo, edad, domicilio, teléfono, peso y estatura.
- Examen médico para: Interrogatorio, toma de signos vitales, auscultación, prueba cualitativa de hemoglobina.
- Si es apto, pasa a donar 435 mL de sangre y 2 tubos piloto.
- Si no es apto, se le informa por qué y qué hacer en caso necesario, agradeciendo su participación.
- Después de donar, pasan al área de cafetería donde se les ofrece un refrigerio y líquidos que cubran lo indicado en la N.O.M.
- Así mismo, se le otorga un diploma de agradecimiento y un pin. En el momento de retirarse debe estar en perfectas condiciones, dándole las recomendaciones necesarias (no asolearse, no fumar, tomar abundantes líquidos sin alcohol y no realizar ejercicio fuerte).
- Es importante ofrecer desde la llegada del futuro donante por parte del personal de todas las áreas, atención amable, cortés y agilizada para que éstos se lleven una grata impresión y vuelvan a donar sangre.

Después de la donación

Es importante, al terminar la donación, elaborar cartas de agradecimiento con los resultados de las prue-



bas de laboratorio de cada donador y realizar el envío a la brevedad posible, ya sea a su centro de estudio, de trabajo o a su domicilio si así fuera solicitado. Debe ir en sobre cerrado, ya que esta información se debe manejar confidencialmente.

Es indispensable, después de realizada la promoción en los diferentes lugares, mantener contacto con ellos, ya que este apoyo es vital para realizar nuestro trabajo diario hasta iniciar un nuevo ciclo o programa de campañas.

Objetivos de la promoción: Éstos son concretos

- 1) Aumentar el número de donantes nuevos.
- 2) Retener a los donantes existentes. Al repetir sus donaciones, se consideran más seguros ya que se están checando constantemente.
- 3) Aumentar el número de donaciones voluntarias al año, para proporcionar sangre más segura a nuestros pacientes.
- 4) Obtener la sangre necesaria de donadores voluntarios para cubrir la demanda de hemocomponentes.

Estos objetivos son el ideal de un programa de donación voluntaria de sangre. Desgraciadamente, la experiencia nos muestra otro panorama, en el cual, si bien ya no existen bancos de sangre que la compren, la donación que prevalece en estos momentos es la de donadores familiares, lo que nos indica que tenemos que trabajar todavía mucho para avanzar en este campo.

A continuación se presenta una gráfica de donaciones voluntarias desde los inicios del Centro de Sangre de Cruz Roja Delegación D.F. con los resultados obtenidos hasta ahora. Y podremos observar que de un gran número de donaciones voluntarias en los primeros 15 años, éstas han disminuido ya que actualmente muchas instituciones han creado sus propios programas y dan un buen servicio a los disponentes, lo que ayuda a las personas a realizar su donación más fácil ya que por el tamaño y tráfico de la ciudad resulta difícil acudir a un solo centro de sangre. Aun así, nuestro centro cubre las necesidades del Hospital al 100% con sangre de donadores voluntarios altruistas en un 80% y el 20% de donadores de los familiares de los pacientes y donadores de intercambio; así mismo, tenemos un excedente con el que apoyamos solicitudes de hospitales privados y del sector salud.

En esta gráfica se puede observar cómo ha variado la donación voluntaria desde sus inicios hasta el año de 2008. El descenso se explica por factores como la aparición del VIH, lo que obligó a las autoridades a darle el reconocimiento necesario a los bancos de sangre, así como a la medicina transfusional.

Referencias

1. Grifols EJ. Cómo promocionar la donación de sangre. 1991. Ed. Artes Gráficas Veracruz. 1991: 115-124.

Correspondencia:

Dra. Ma. Lourdes Vargas

E-mail: mareli10_20@yahoo.com.mx

www.medigraphic.com