idp

RIGeP

REVISTA DE DEBATES EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS, GESTÃO E POLÍTICA

VOLUME 1 · NÚMERO 3

Saúde e judicialização

Comunicação em saúde, enquadramento das mensagens e predisposição de jovens à doação de sangue: uma abordagem experimental em Belém (PA)

Paulo André Castelo Branco Bezerra

portaldeperiodicos.idp.edu.br

SOBRE O IDP

O IDP atua no ensino, na pesquisa e na extensão e é referência nas áreas de Direito, Administração Pública e Economia. Em Brasília, o Instituto tornou-se universidade, reconhecimento do trabalho feito ao longo dos anos.

Think tank independente, o IDP também promove e difunde conhecimento sobre temas relevantes para a sociedade e contribui para o debate sobre as transformações sociais, políticas e econômicas do Brasil.

CONSELHO EDITORIAL

Coordenação

Emmanuel Nazareth Brasil

Supervisão e revisão

Luana Maria de Lima Oliveira

Diagramação

Luana Maria de Lima Oliveira

RIGeP
REVISTA DE DEBATES EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS, GESTÃO E POLÍTICA

SOBRE A REVISTA

A RIGeP – Revista de Debates em Relações Internacionais, Gestão e Política é uma publicação técnica que divulga trabalhos de docentes, discentes, egressos e pesquisadores dos programas de Ciência Política e Relações Internacionais (CPRI) e de Gestão e Políticas Públicas (GPP) do IDP.

Os textos têm caráter aplicado e tratam de temas de interesse público, como resultados preliminares de pesquisas, reflexões e discussões nas áreas de atuação da Revista.

A publicação dá visibilidade ao trabalho dos estudantes, incentiva a pesquisa e amplia a circulação do conhecimento em Relações Internacionais, Ciência Política e Políticas Públicas. Também permite que os autores recebam contribuições e aprimorem os manuscritos antes de submetê-los a periódicos científicos.

A RIGeP tem o formato de *working paper* ou texto para discussão, não possui ISSN e não compromete o ineditismo dos trabalhos. A comunidade acadêmica e profissional está convidada a enviar comentários, sugestões e críticas aos autores.

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista do IDP. Qualquer citação aos trabalhos da Revista só é permitida mediante autorização expressa do(s) autor(es).

Sumário

Introdução.....4

Referencial teórico.....6

Doação de sangue como prática social e cidadã.....6

Juventude, educação e formação de valores solidários.....6

Comunicação em saúde e teoria do framing.....7

Metodologia.....7

Resultados.....9

Caracterização dos participantes.....9

Efeitos das mensagens sobre o interesse em doar.....9

Percepção de esforço e confiança institucional.....10

Discussão.....11

Implicações para as políticas públicas.....14

Considerações finais.....15

Referências.....16

RIGeP
REVISTA DE DEBATES EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS, GESTÃO E POLÍTICA

Comunicação em saúde, enquadramento das mensagens e predisposição de jovens à doação de sangue: uma abordagem experimental em Belém (PA)[1]

Paulo André Castelo Branco Bezerra[2]

Resumo: Este estudo teve como objetivo analisar os efeitos de diferentes estratégias de comunicação sobre a predisposição de jovens à doação de sangue, comparando mensagens fundamentadas na solidariedade e na urgência. Trata-se de pesquisa quantitativa, de caráter explicativo, desenvolvida por meio de estudo experimental aplicado a um survey com vinhetas, realizado com 1.511 jovens de 16 a 29 anos em Belém (PA). Na amostra geral, as diferenças entre os grupos não foram estatisticamente significativas. Entretanto, entre os participantes que nunca haviam doado sangue, a mensagem baseada na urgência apresentou efeito significativo sobre a intenção de doar no curto prazo: 58,8% manifestaram interesse, em comparação a 50,3% no grupo controle, diferença de 8,5 pontos percentuais (p = 0,039). Conclui-se que a comunicação pode contribuir para a mobilização de potenciais novos doadores, mas deve estar articulada a ações permanentes de educação em saúde.

Palavras-chave: comunicação em saúde; doação de sangue; juventude; teoria do framing; políticas públicas.

Introdução

A doação voluntária de sangue constitui elemento indispensável à efetivação das políticas públicas de saúde, uma vez que os hemocomponentes são necessários para procedimentos

cirúrgicos, atendimentos de urgência e tratamentos de diferentes condições clínicas. Apesar dos avanços técnicos e normativos da hemoterapia, a manutenção de estoques adequados permanece como desafio para os sistemas públicos de saúde (World Health Organization, 2023).

No Brasil, a Política Nacional de Sangue, Componentes e Hemoderivados estabelece a doação voluntária, altruísta e não remunerada como princípio fundamental (Brasil, 2001). A sustentabilidade do sistema hemoterápico, entretanto, depende da participação contínua da

[1]Este artigo foi adaptado ao formato da RIGeP e deriva da dissertação de mestrado (Bezerra, 2026) apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Gestão e Políticas Públicas do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP). O conteúdo completo da dissertação pode ser consultado no Repositório de Teses e Dissertações do IDP: https://repositorio.idp.edu.br/.

[2]Mestre em Gestão e Políticas Públicas pelo Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP). E-mail: pab647@gmail.com.

sociedade, o que torna relevantes os fatores capazes de estimular ou dificultar a decisão individual de doar sangue.

Nesse contexto, a juventude ocupa posição estratégica. Jovens constituem parcela importante dos potenciais doadores e encontram-se em período de formação de valores, atitudes e hábitos que podem repercutir sobre seus comportamentos futuros. Estudos sobre educação e captação de doadores destacam a relevância de ações educativas e do conhecimento sobre a doação para aproximar adolescentes e jovens dessa prática (Souza; Martínez, 2020; Meira et al., 2024; Nogueira et al., 2024).

No estado do Pará, essa questão assume características particulares em razão da extensão territorial, das desigualdades regionais e dos desafios logísticos que envolvem a organização da hemoterapia. A Fundação Centro de Hemoterapia e Hematologia do Pará (Hemopa) exerce papel central nesse sistema, desenvolvendo ações de coleta, processamento, distribuição de hemocomponentes e mobilização social (Fundação Hemopa, 2023).

A comunicação em saúde constitui, nesse cenário, importante instrumento de mobilização social. A forma como determinada informação é apresentada pode influenciar sua interpretação e, consequentemente, as respostas dos indivíduos. A Teoria do Framing e a Economia Comportamental oferecem instrumentos para compreender como diferentes enquadramentos de uma mesma questão podem produzir respostas distintas (Druckman et al., 2011; Thaler; Sunstein, 2008).

A presente pesquisa parte, portanto, da seguinte questão: em que medida diferentes estratégias de comunicação relacionadas à doação de sangue influenciam o interesse e a intenção declarada de jovens em realizar esse comportamento?

O objetivo é analisar os efeitos de mensagens fundamentadas na solidariedade e na urgência sobre a predisposição de jovens à doação de sangue, considerando também dimensões

complementares relacionadas à percepção de esforço e à confiança nas ações públicas. A investigação busca contribuir para o debate sobre comunicação em saúde e políticas públicas,

especialmente no desenvolvimento de estratégias destinadas ao recrutamento e à formação de novos doadores.

Referencial teórico

Doação de sangue como prática social e cidadã

A doação de sangue ultrapassa a dimensão estritamente biomédica e pode ser compreendida como prática social associada à solidariedade, à responsabilidade coletiva e ao compromisso com a preservação da vida. No ordenamento brasileiro, a Lei nº 10.205/2001 estabelece a natureza voluntária e não remunerada da doação e veda a comercialização do sangue e de seus componentes (Brasil, 2001). A política pública de sangue, portanto, depende de uma relação de cooperação entre Estado e sociedade.

Essa característica diferencia a hemoterapia de políticas públicas cuja execução depende exclusivamente da prestação direta do Estado. A manutenção dos estoques pressupõe a participação voluntária dos cidadãos, fazendo com que confiança institucional, valores coletivos e estratégias de mobilização assumam importância particular.

A partir da perspectiva de Durkheim (1999), a solidariedade constitui elemento fundamental da coesão social. No caso da doação de sangue, uma decisão individual produz efeitos coletivos, uma vez que o sangue doado pode beneficiar pessoas desconhecidas e contribuir para o funcionamento de uma estrutura pública de proteção à vida. Assim, doar sangue pode ser compreendido como manifestação concreta da interdependência social: embora a decisão pertença ao indivíduo, seus efeitos ultrapassam sua esfera pessoal.

Juventude, educação e formação de valores solidários

A escola constitui espaço privilegiado de socialização e formação cidadã. Durante a juventude, os indivíduos desenvolvem valores, referências sociais e disposições comportamentais que podem influenciar sua participação em ações coletivas. Nessa perspectiva, a educação não se restringe à transmissão de informações técnicas, envolvendo também autonomia, responsabilidade e participação social (Freire, 1996).

A articulação entre instituições de ensino e serviços hemoterápicos pode contribuir para transformar a doação de sangue de uma prática episódica em uma experiência associada à cidadania e à solidariedade. A literatura aponta a escola como espaço relevante para ações de promoção da doação e educação em saúde (Souza; Martínez, 2020; Meira et al., 2024).

No contexto paraense, o Hemopa desenvolve ações educativas em escolas, universidades e outras instituições, buscando sensibilizar o público jovem e inserir a temática da doação no cotidiano social. Entre as iniciativas mencionadas na pesquisa estão programas como Doador do Futuro e Universitário Sangue Bom.

Comunicação em saúde e teoria do framing

A comunicação em saúde não se limita à transmissão de informações técnicas. A escolha da linguagem, dos elementos enfatizados e da forma de apresentação de determinada mensagem pode interferir na maneira como o público interpreta um problema.

A Teoria do Framing parte da compreensão de que diferentes formas de apresentar uma mesma questão podem produzir interpretações distintas. Em estudos experimentais, o enquadramento permite examinar como alterações na apresentação de uma informação se relacionam a respostas e decisões dos indivíduos (Druckman et al., 2011). Na Economia Comportamental, essa perspectiva aproxima-se da ideia de que decisões *humanas não são* determinadas exclusivamente por cálculos racionais, sendo influenciadas pelo contexto e pela arquitetura das escolhas (Thaler; Sunstein, 2008).

Aplicada à doação de sangue, essa abordagem permite comparar mensagens que enfatizam diferentes dimensões do ato de doar. Enquanto o enquadramento da solidariedade destaca valores como cooperação, cuidado e responsabilidade coletiva, o enquadramento da urgência enfatiza as consequências da insuficiência dos estoques. A questão central não consiste apenas em identificar se determinada mensagem produz maior interesse, mas compreender em quais públicos e dimensões comportamentais seus efeitos podem ocorrer.

Metodologia

A pesquisa caracteriza-se como estudo quantitativo, de caráter explicativo, utilizando método experimental aplicado por meio de survey com vinhetas. O desenho foi escolhido com

o objetivo de investigar possíveis relações causais entre diferentes estratégias de comunicação e a predisposição à doação de sangue.

O campo empírico foi o município de Belém, no estado do Pará. Participaram da pesquisa jovens com idade entre 16 e 29 anos, residentes ou estudantes no município. A delimitação etária a partir dos 16 anos guarda correspondência com a idade mínima prevista nas normas hemoterápicas

brasileiras para candidatura à doação de sangue, observada a exigência de consentimento formal do responsável legal para menores de 18 anos (Brasil, 2017; Brasil, 2023). A seleção ocorreu mediante amostragem não probabilística por conveniência, a partir do acesso a instituições de ensino e redes vinculadas às ações do Hemopa.

Foram obtidas 1.511 respostas por meio da plataforma SurveyMonkey. Os participantes foram distribuídos aleatoriamente entre um grupo controle e dois grupos de tratamento. O primeiro tratamento (T1) foi submetido a mensagem baseada na solidariedade, enquanto o segundo tratamento (T2) recebeu mensagem baseada na urgência relacionada à escassez de sangue. O grupo controle não recebeu estímulo comunicacional equivalente.

A variável principal analisada foi o interesse/intenção declarada de doar sangue. Também foram investigadas duas variáveis complementares: percepção do esforço necessário para realizar a doação e confiança nas ações do poder público relacionadas à política de sangue. O desenho experimental permitiu comparar as respostas dos diferentes grupos após a exposição às mensagens, buscando identificar diferenças associadas aos tratamentos.

A primeira hipótese (H1) estabeleceu que diferentes enquadramentos comunicacionais poderiam influenciar a intenção declarada de doar sangue em relação à ausência de estímulo comunicacional. A segunda hipótese (H2) propôs que os enquadramentos também poderiam influenciar a percepção de esforço necessário para a doação e o nível de confiança nas instituições públicas responsáveis pelas ações de hemoterapia.

A participação no survey ocorreu de forma voluntária, mediante Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), com garantia de anonimato e tratamento agregado das informações. A coleta foi realizada sem submissão prévia do protocolo de pesquisa a Comitê de Ética em Pesquisa (CEP). Entre os participantes de 16 e 17 anos, o TCLE foi preenchido pelo próprio participante, sem realização de procedimento específico de assentimento livre e esclarecido. Essas circunstâncias são reconhecidas como limitações ético-metodológicas do estudo e devem ser consideradas na interpretação dos resultados.

Resultados

Caracterização dos participantes

A amostra foi composta por 1.511 participantes, com predominância da faixa etária entre 16 e 20 anos, correspondente a aproximadamente 63,2% dos respondentes.

A distribuição por gênero mostrou-se equilibrada: 50,40% dos participantes declararam-se do gênero masculino e 48,15% do gênero feminino.

Em relação à escolaridade, 36,20% possuíam ensino médio completo e 33,62% ensino médio incompleto. Outros 18,46% estavam cursando o ensino superior e 11,71% já haviam concluído essa etapa.

Quanto à situação educacional, 69,74% declararam estar estudando no momento da pesquisa. Entre estes, 55,63% frequentavam escolas públicas, 22,43% universidades privadas, 14,79% universidades públicas e 7,15% escolas privadas.

Um dado particularmente relevante foi a experiência prévia de doação. Apenas 33,58% dos participantes haviam realizado alguma doação, enquanto 66,42% nunca haviam doado sangue. Entre aqueles que já haviam doado, aproximadamente metade realizou a última doação nos 12 meses anteriores, enquanto parcela significativa apresentava intervalo superior a três anos.

Efeitos das mensagens sobre o interesse em doar

Os resultados descritivos indicaram que os participantes expostos às mensagens experimentais apresentaram maior interesse imediato pela doação em comparação ao grupo controle.

No grupo controle, 60,8% declararam elevado interesse em doar nos próximos dias. Entre os participantes expostos à mensagem de solidariedade, o percentual foi de 64,6%, enquanto no grupo submetido à mensagem de urgência chegou a 65,9%. Para o horizonte de seis meses, os percentuais foram de 67,1% no grupo controle, 66,7% no tratamento de solidariedade e 69,2% no tratamento de urgência.

Embora o enquadramento baseado na urgência tenha apresentado o maior percentual descritivo de interesse imediato, as diferenças na amostra geral não foram estatisticamente significativas nos níveis convencionais. O resultado mais expressivo surgiu quando a análise foi restrita aos participantes que nunca haviam doado sangue.

Nesse subconjunto, 58,8% dos participantes expostos à mensagem baseada na urgência manifestaram intenção de doar no curto prazo, contra 50,3% no grupo controle. A diferença foi de 8,5 pontos percentuais, com p = 0,039, indicando associação estatisticamente significativa entre a exposição ao enquadramento de urgência e o interesse em doar no curto prazo entre os não doadores, conforme Tabela 1.

Tabela 1 – Intenção de doar sangue no curto prazo entre participantes que nunca haviam doado sangue (subconjunto dos não doadores)

Grupo	Participantes com intenção de doar (≥7)
Controle	50,3%
Tratamento 2 (Urgência)	58,8%
Diferença	+8,5 p.p.
p-valor	0,039

Fonte: Elaboração do autor, a partir dos dados coletados por meio do SurveyMonkey (2026).

O resultado não se repetiu para a intenção de doar nos seis meses seguintes, para a qual as diferenças entre os grupos não alcançaram significância estatística.

Percepção de esforço e confiança institucional

Além da intenção de doar, foram analisadas a percepção do esforço necessário para realizar a doação e a confiança nas instituições públicas.

Na amostra geral, 47,8% dos participantes do grupo controle classificaram a doação como atividade de baixo esforço. No grupo de solidariedade, esse percentual foi de 48,4%, e no grupo de urgência, de 50,7%. Apesar da diferença descritiva, os testes estatísticos não identificaram efeito significativo do tratamento sobre essa variável. A diferença entre o grupo tratado e o controle foi de 0,031, com intervalo de confiança de 95% entre -0,034 e 0,096 e p = 0,347.

Quanto à confiança nas ações do poder público, o grupo controle apresentou 70,8%, o grupo de solidariedade 68,4% e o grupo de urgência 65,2%. O tratamento baseado na urgência,

portanto, apresentou o maior percentual de interesse imediato, mas também o menor percentual descritivo de confiança institucional. Essa associação, entretanto, não atingiu significância estatística convencional, apresentando p = 0,083 na amostra geral e p = 0,138 entre os participantes que nunca haviam doado.

Tabela 2 – Percentual de respondentes de acordo com percepção de esforço e confiança no Estado

Grupo	Percepção de Esforço	Confiança no Estado
Controle	47,8%	70,8%

Solidariedade (T1)	48,4%	68,4%
Urgência (T2)	50,7%	65,2%

Fonte: Elaboração do autor, a partir dos dados coletados por meio do SurveyMonkey (2026).

Discussão

Os resultados deste estudo indicam que os efeitos das estratégias comunicacionais sobre a predisposição à doação de sangue não ocorrem de maneira uniforme entre os jovens investigados. Na amostra geral, tanto a mensagem baseada na solidariedade quanto aquela fundamentada na urgência apresentaram percentuais superiores de interesse imediato em relação ao grupo controle. Entretanto, essas diferenças não alcançaram significância estatística

nos níveis convencionais, não havendo evidência suficiente para afirmar um efeito geral dos tratamentos sobre a intenção de doar.

Esse resultado adquire maior relevância quando se considera a experiência prévia dos participantes com a doação de sangue. Entre aqueles que nunca haviam doado, a exposição à mensagem baseada na urgência esteve associada a maior intenção declarada de doar no curto prazo. Nesse grupo, 58,8% dos participantes expostos ao enquadramento de urgência manifestaram intenção de doar, em comparação a 50,3% no grupo controle, correspondendo a uma diferença de 8,5 pontos percentuais ($p = 0,039$).

O achado sugere que a experiência prévia com a doação pode constituir elemento relevante para compreender a resposta às estratégias de comunicação. Entre indivíduos que ainda não realizaram sua primeira doação, uma mensagem que evidencia a necessidade imediata de sangue pode tornar mais saliente a importância da decisão de doar e favorecer uma resposta de curto prazo. Essa interpretação é compatível com a Teoria do Framing, segundo a qual

diferentes formas de apresentar uma mesma questão podem alterar a maneira como os indivíduos percebem o problema e respondem às alternativas disponíveis (Druckman et al., 2011).

Sob a perspectiva da Economia Comportamental, o resultado também reforça a importância do contexto no processo decisório. As escolhas individuais não dependem exclusivamente da disponibilidade de informação, mas podem ser influenciadas pela maneira como essa informação é organizada e apresentada (Thaler; Sunstein, 2008). No caso investigado, o enquadramento de urgência enfatizou as consequências associadas à insuficiência dos estoques de sangue, conferindo maior imediatismo à necessidade de participação do potencial doador.

Entretanto, o efeito observado deve ser interpretado dentro dos limites demonstrados pelos próprios resultados. A diferença estatisticamente significativa identificada entre os não doadores concentrou-se na intenção de doar no curto prazo e não se repetiu quando considerado o horizonte dos seis meses seguintes. Esse resultado sugere que a capacidade de uma mensagem de despertar interesse imediato não implica, necessariamente, a manutenção dessa predisposição ao longo do tempo.

Essa distinção é particularmente importante para as políticas de recrutamento de doadores. A intenção declarada representa uma disposição comportamental, mas não equivale à realização efetiva da doação. Assim, estratégias comunicacionais capazes de produzir

mobilização imediata podem ser úteis para estimular a aproximação de novos públicos aos serviços de hemoterapia, mas precisam estar articuladas a mecanismos que facilitem a conversão dessa intenção em comportamento e, posteriormente, em fidelização do doador. A literatura sobre captação e educação em saúde também destaca a necessidade de estratégias contínuas e diversificadas para recrutamento e manutenção de doadores (Dupilar et al., 2018; Meira et al., 2024).

Os resultados relacionados à percepção de esforço reforçam a necessidade de uma análise multidimensional das estratégias comunicacionais. Embora o grupo submetido à mensagem de urgência tenha apresentado percentual descritivamente superior de participantes que perceberam a doação como atividade de baixo esforço, a diferença em relação ao grupo controle não foi estatisticamente significativa. Dessa forma, não há evidência suficiente para afirmar que

os enquadramentos utilizados tenham modificado a percepção dos participantes quanto ao esforço necessário para realizar a doação.

A confiança institucional constitui outra dimensão relevante. Na amostra geral, o grupo exposto à mensagem de urgência apresentou o maior percentual de interesse imediato, mas também o menor percentual descritivo de confiança nas ações do poder público. Essa diferença, contudo, não alcançou significância estatística convencional, apresentando $p = 0,083$ na amostra geral e $p = 0,138$ entre os participantes que nunca haviam doado. Portanto, os resultados não permitem concluir que a comunicação baseada na urgência provoque redução da confiança institucional.

Essa constatação evidencia que uma mesma estratégia comunicacional pode apresentar padrões distintos quando avaliadas diferentes dimensões da resposta do indivíduo. Uma mensagem potencialmente mobilizadora no curto prazo não deve ser avaliada apenas pela intenção imediata que desperta, mas também por seus possíveis efeitos sobre confiança, percepção de esforço e disposição futura. Para a comunicação pública em saúde, isso significa

que a efetividade de uma campanha deve ser compreendida de maneira mais ampla do que o alcance ou a resposta imediata do público.

Também não foram encontradas evidências estatisticamente significativas de efeito da mensagem baseada na solidariedade sobre as variáveis analisadas. Embora esse enquadramento tenha apresentado percentuais descritivamente superiores ao controle em algumas comparações, as diferenças observadas não permitem atribuir causalmente ao tratamento os resultados encontrados. Esse achado contribui para relativizar a expectativa de que mensagens centradas exclusivamente em valores solidários sejam necessariamente suficientes para aumentar a predisposição à doação entre jovens.

Uma das principais contribuições do estudo consiste, portanto, em demonstrar que a resposta à comunicação pode depender da interação entre o tipo de mensagem, as características do público e a dimensão comportamental considerada. A identificação de efeito estatisticamente significativo da mensagem de urgência especificamente entre os não doadores reforça a importância da segmentação das estratégias de comunicação. Campanhas destinadas a pessoas que nunca doaram podem demandar abordagens distintas daquelas dirigidas a indivíduos que já possuem experiência com a doação.

Essa questão assume particular relevância porque 66,42% dos participantes da pesquisa nunca haviam doado sangue. Trata-se, portanto, de um contingente expressivo de potenciais novos doadores. A possibilidade de mobilizar esse segmento por meio de estratégias comunicacionais adequadamente direcionadas pode contribuir para ampliar a base de doadores,

especialmente quando a comunicação estiver associada a condições que facilitem a realização da primeira doação.

Ao mesmo tempo, os resultados recomendam cautela quanto ao uso isolado de estratégias fundamentadas na urgência. O estímulo à resposta imediata não substitui a necessidade de comunicação institucional qualificada, informação adequada e ações permanentes de educação em

saúde. A formação de uma cultura de doação pressupõe continuidade, confiança e oportunidades recorrentes de participação, ultrapassando a lógica de campanhas mobilizadoras apenas em períodos de redução dos estoques.

Nesse contexto, o ambiente escolar e universitário adquire importância estratégica. A juventude constitui período de formação de valores, atitudes e hábitos, e as instituições educacionais podem funcionar como espaços de aproximação entre os jovens e as políticas públicas de saúde. Estudos sobre a escola e a educação em saúde na captação de doadores reforçam esse potencial de mediação (Souza; Martínez, 2020; Meira et al., 2024).

A experiência do Hemopa com ações direcionadas a escolas e universidades demonstra a existência de iniciativas voltadas à aproximação com esse público. Entretanto, a transformação de ações pontuais em uma política mais contínua demanda maior articulação entre saúde, educação e comunicação. Nesse sentido, gestores escolares, professores, profissionais de saúde e agentes públicos podem desempenhar papel de mediação entre as diretrizes institucionais e a formação de comportamentos pró-sociais.

Assim, os resultados experimentais devem ser compreendidos dentro de uma política mais ampla de mobilização social. A comunicação constitui componente relevante da política pública de sangue, mas seus efeitos dependem também de fatores como acesso aos serviços, confiança institucional, educação, logística e continuidade das ações. A mensagem pode contribuir para mobilizar a primeira decisão de doar; o desafio das políticas públicas é criar condições para que essa mobilização inicial se converta em comportamento efetivo e, posteriormente, em uma cultura permanente de doação.

Implicações para as políticas públicas

Os resultados permitem identificar implicações para o desenvolvimento de políticas públicas de incentivo à doação de sangue. Em primeiro lugar, campanhas destinadas a jovens podem considerar diferentes enquadramentos comunicacionais de acordo com o público-alvo. Os resultados encontrados entre participantes que nunca haviam doado indicam que mensagens

relacionadas à urgência podem apresentar capacidade de mobilização imediata nesse segmento, sem que isso autorize generalização para todos os jovens ou para horizontes temporais mais longos.

Em segundo lugar, a comunicação deve ser avaliada para além da intenção imediata. Indicadores relacionados à intenção futura, à confiança institucional e à percepção do esforço são importantes para compreender se determinada estratégia contribui para respostas mais sustentáveis.

Em terceiro lugar, os resultados reforçam a importância de integrar comunicação, educação e saúde. A realização de campanhas pontuais pode despertar interesse, mas a formação de uma cultura permanente de doação demanda processos contínuos de educação e socialização. A escola e a universidade podem atuar como espaços de mediação, aproximando potenciais doadores dos serviços de hemoterapia.

Por fim, a atuação dos gestores escolares, professores, servidores públicos e profissionais de saúde constitui elemento importante para transformar diretrizes governamentais em práticas concretas. A capacidade estatal, nesse contexto, envolve não apenas a existência de normas, mas a capacidade de coordenar atores, recursos e instituições para implementar ações intersetoriais (Marenco, 2017).

Considerações finais

A presente pesquisa investigou a relação entre diferentes estratégias de comunicação e a predisposição de jovens à doação de sangue, utilizando desenho experimental aplicado a 1.511 participantes de 16 a 29 anos no município de Belém, Pará.

Na amostra geral, as mensagens experimentais apresentaram percentuais descritivamente superiores de interesse imediato em relação ao grupo controle, mas sem diferenças estatisticamente significativas. A evidência estatística mais consistente foi identificada entre os participantes que nunca haviam doado sangue. Nesse grupo, a mensagem baseada na urgência

apresentou 58,8% de intenção de doar no curto prazo, contra 50,3% no grupo controle, diferença de 8,5 pontos percentuais ($p = 0,039$).

Por outro lado, não foram identificadas diferenças estatisticamente significativas quanto à intenção de doar nos seis meses subsequentes. Da mesma forma, não foram observadas diferenças estatisticamente significativas na percepção de esforço relacionada à doação ou evidência suficiente para afirmar alterações na confiança institucional provocadas pelos tratamentos.

A primeira hipótese, portanto, encontrou sustentação parcial e localizada, especialmente entre os participantes sem experiência prévia de doação. A segunda hipótese não encontrou

evidências estatísticas suficientes para sua confirmação. Esses resultados indicam que a comunicação em saúde pode produzir respostas distintas conforme o público e a dimensão analisada, reforçando a necessidade de segmentação e de avaliação multidimensional das campanhas.

A principal contribuição do estudo consiste em evidenciar empiricamente que a experiência prévia com a doação pode ser relevante para a resposta a diferentes enquadramentos comunicacionais. Para as políticas de doação de sangue, o achado sugere a conveniência de combinar estratégias de comunicação segmentadas com ações permanentes de educação, acesso e mobilização social.

As conclusões devem, contudo, ser interpretadas considerando as limitações da pesquisa. A amostra não probabilística por conveniência restringe a generalização dos resultados. Além disso, a pesquisa mensurou intenção declarada, e não a efetivação da doação. O estudo também está sujeito a possíveis efeitos de desejabilidade social e a fatores contextuais não controlados, como experiências pessoais, crenças e exposição anterior a campanhas. No âmbito dos procedimentos éticos, a coleta não foi submetida previamente a Comitê de Ética em Pesquisa e, entre os participantes de 16 e 17 anos, não foi realizado procedimento específico de assentimento livre e esclarecido. Essas limitações devem ser consideradas na avaliação e interpretação dos achados.

Pesquisas futuras poderão acompanhar os participantes longitudinalmente, verificando se a intenção declarada se converte em comportamento efetivo. Também poderão testar diferentes formatos de mensagens em ambientes digitais, ampliar os públicos investigados e comparar estratégias comunicacionais em diferentes contextos territoriais e institucionais.

Em síntese, compreender como comunicar a importância da doação de sangue é parte relevante do desafio de ampliar a participação social na política hemoterápica. A comunicação pode mobilizar a primeira doação; o desafio das políticas públicas é transformar essa intenção inicial em comportamento efetivo e em uma cultura permanente de doação.

Referências

BEZERRA, Paulo André Castelo Branco. *Comunicação em saúde, mensagens de solidariedade e urgência*: uma abordagem experimental sobre a predisposição de jovens à doação de sangue. 2026. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão e Políticas Públicas) – Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa, São Paulo, 2026.

BRASIL. Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012. Dispõe sobre as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos. Brasília, DF, 2012.

BRASIL. Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016. Dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais. Brasília, DF, 2016.

BRASIL. Lei nº 10.205, de 21 de março de 2001. Regulamenta o § 4º do art. 199 da Constituição Federal e institui a Política Nacional de Sangue, Componentes e Hemoderivados. Brasília, DF, 2001.

BRASIL. Ministério da Saúde. Portaria de Consolidação nº 5, de 28 de setembro de 2017. Consolidação das normas sobre as ações e os serviços de saúde do Sistema Único de Saúde. Anexo IV. Brasília, DF, 2017.

BRASIL. Ministério da Saúde. *Menor de idade pode doar sangue?* Brasília, DF, 2023. Disponível em: https://www.gov.br/saude/pt-br/composicao/saes/doacao-de-sangue/faq/ menor-de-idade-pode-doar. Acesso em: 29 set. 2026.

DRUCKMAN, James N.; GREEN, Donald P.; KUKLINSKI, James H.; LUPIA, Arthur (orgs.). *Cambridge Handbook of Experimental Political Science*. New York: Cambridge University Press, 2011.

DUPILAR, L.; MENDONÇA, P.; REIS, A.; GONÇALVES, M. Captação de doadores de sangue: da era científica mundial à era da informação digital. *Revista Serviço Social & Saúde*, Campinas, v. 17, n. 2, p. 31-49, jul./dez. 2018.

DURKHEIM, Émile. *Da divisão do trabalho social*. Tradução de Eduardo Brandão. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. 69. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

FUNDAÇÃO HEMOPA. *Relatório de Gestão 2022*. Belém: Hemopa, 2023.

MARENCO, André. Burocracias profissionais ampliam capacidade estatal para implementar políticas? Governos, burocratas e legislação em municípios brasileiros. *Dados*, v. 60, n. 4, p. 1025-1058, 2017.

MEIRA, Aliciane Oliveira; SAMPAIO, Daniela Márcia Neri; SOUZA, Tuany Santos; CARVALHO, Cristiane Alves Paz de. Health Education in Blood Donor Recruitment: An integrative review. *Research, Society and Development*, v. 13, n. 11, e43131147326, 2024. DOI: 10.33448/rsd-v13i11.47326.

NOGUEIRA, G. D.; RODRIGUES, A. A.; RIBEIRO, C. S.; OLIVEIRA, D. F.; FERREIRA, E. G.; ROCHA, E. M. Conhecimento de adolescentes sobre a doação de sangue. *Saúde Coletiva*, v. 14, n. 91, p. 13532-13547, 2024.

SOUZA, Luciana Karine de; MARTÍNEZ, Sofia Beylouni Santos. A escola na promoção de ações voltadas à doação de sangue. *Revista Interinstitucional de Psicologia*, v. 13, n. 3, 2020.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. New Haven: Yale University Press, 2008.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. *Blood safety and availability*. Geneva: WHO, 2023.

RIGeP
REVISTA DE DEBATES EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS, GESTÃO E POLÍTICA

RIGeP

REVISTA DE DEBATES EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS, GESTÃO E POLÍTICA

VOLUME 1 · NÚMERO 3

Revista de Debates em Relações Internacionais, Gestão e Política

portaldeperiodicos.idp.edu.br