



Manual Eletrônico do Doador Voluntário de Medula Óssea¹

Aline CAMARGO
Fabiana FERNANDES²
Patricia Lima da SILVA³
Diego CALEFFI e Marisa SOARES⁴

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

Para incentivar o cadastramento voluntário de doadores de medula óssea, a atividade de relações públicas pode utilizar canais de comunicação que levem a seus públicos informações de qualidade, gerando credibilidade e boa vontade na sociedade.

Em pesquisa realizada no primeiro semestre de 2009, constatou-se que a falta de informação é a principal barreira na luta contra a leucemia. Portanto, o presente projeto pretende informar a sociedade brasileira, principalmente a população de Porto Alegre, sobre a leucemia e a doação voluntária de medula óssea, através de um site, denominado Manual do Doador Voluntário de Medula Óssea, hospedado no endereço www.leipietro.com/manual. Com a divulgação do site, em larga escala, o projeto pretende colaborar expressivamente com o aumento do número de doadores voluntários de medula óssea.

PALAVRAS-CHAVE: manual; doação; medula; website; informação.

1 INTRODUÇÃO

O Estudo sobre Doação Voluntária de Medula Óssea em Porto Alegre e Região Metropolitana, realizado na Disciplina de Projeto Experimental de Pesquisa, em 2009/1, através de pesquisa qualitativa e quantitativa, verificou que o maior problema no combate a leucemia é a falta de informação.

Neste estudo, descobriu-se, também, que as pessoas confundem a doação de medula óssea com medula espinhal e acreditam que podem ficar paraplégicas; entre outros muitos mitos existentes em relação à doação.

A partir destas considerações, conclui-se que se a população fosse informada sobre o tema da doação de medula óssea, o problema da falta de doadores voluntários cadastrados reduzir-se-ia consideravelmente, aumentando-se assim, as chances de encontrar um doador

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Website.

² Estudante do 8º. Semestre do Curso Relações Públicas, email: fab_i_fernands@hotmail.com.

³ Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso Relações Públicas, email: patricialimarp@yahoo.com.br

⁴ Orientadores do trabalho. Professores do Curso de Relações Públicas, email: diego.pons@pu.rs.br e mcsoares@pu.rs.br.



compatível para os pacientes que lutam contra a leucemia, ou outras doenças que atinjam as células sanguíneas, aproximando-os da cura.

A partir desta análise, o estudo propôs formas para diminuir a falta de informação da população, levando-a ao cadastro voluntário. No presente projeto experimental livre, os mesmos pesquisadores tomaram a iniciativa de colocar em prática as ações de comunicação sugeridas no projeto anterior, visando informar e mobilizar a sociedade brasileira, principalmente a população de Porto Alegre a tornar-se doadora voluntária de medula óssea.

2 OBJETIVO

Desmitificar a doação de medula óssea através de informações claras e objetivas com linguagem acessível aos internautas, divulgando em grande escala a doação de medula óssea, bem como suas características, procedimentos e locais de cadastro, além de informar sobre a Lei Pietro e o Registro Nacional de Doadores Voluntários de Medula Óssea, o REDOME, através do site do Doador Voluntário de Medula Óssea.

3 JUSTIFICATIVA

Segundo o Instituto Nacional de Câncer - INCA, a leucemia afeta, aproximadamente, nove mil pessoas por ano no Brasil, sendo uma das principais causas de morte infanto-juvenil (Fonte: INCA). A principal forma de tratamento é o transplante de medula óssea. A doação é voluntária e qualquer pessoa, com idade entre 18 e 55 anos, pode ser doadora.

A partir da pesquisa realizada na disciplina de Projeto Experimental de Pesquisa, constatou-se que a desinformação é o principal problema na luta contra a leucemia, provocando a escassez de doadores voluntários de medula óssea. A construção de mitos, como o medo de ficar paraplégico e a confusão entre medula óssea e medula espinhal é uma grande barreira para a doação.

A elaboração do manual do doador voluntário de medula óssea vem de encontro a estes mitos criados pela sociedade. Reunindo informações claras e objetivas, o manual pretende desmitificar o processo de doação voluntária de medula óssea e atingir diretamente o doador potencial.



4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A partir da pesquisa intitulada “Estudo sobre Doação Voluntária de Medula Óssea em Porto Alegre e Região Metropolitana⁵”, realizada na Disciplina de Projeto Experimental de Pesquisa, em 2009/1, através de técnicas de pesquisas qualitativa e quantitativa e observação participante, foi verificada que o maior problema no combate a leucemia é a falta de informação, fazendo com que as pessoas confundam a doação de medula óssea com medula espinhal e acreditem que podem ficar paraplégicas; entre outros muitos mitos existentes em relação à doação.

A partir destas considerações, conclui-se que se a população fosse informada sobre o tema da doação de medula óssea, o problema da falta de doadores voluntários cadastrados reduzir-se-ia consideravelmente, aumentando-se assim, as chances de encontrar um doador compatível para os pacientes que lutam contra a leucemia, ou outras doenças que atinjam as células sanguíneas, aproximando-os da cura.

A partir desta análise, o estudo propôs formas para diminuir a falta de informação da população, levando-a ao cadastro voluntário. No presente Projeto Experimental Livre, os mesmos pesquisadores tomaram a iniciativa de colocar em prática as ações de comunicação sugeridas no projeto anterior, visando informar e mobilizar a sociedade brasileira, principalmente a população de Porto Alegre a tornar-se doadora voluntária de medula óssea.

Usando-se dos canais de comunicação disponíveis a grande parte da população, criou-se um website para a disseminação de informações que esclarecem a população sobre como tornar-se doador voluntário.

A fim de certificar-se do resultado efetivo do site, foram criadas ações de divulgação, em larga escala, com a intenção de colaborar expressivamente com o aumento do número de doadores voluntários de medula óssea.

⁵ A pesquisa pode ser acessada no site <http://eusoufamecos.pucrs.br>, portfólio, Projeto Experimental de Pesquisa



5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para desmitificar a doação de medula óssea, será elaborado um manual eletrônico informativo contendo informações sobre o que é a leucemia, o diagnóstico, doação de medula óssea, doadores compatíveis, doadores voluntários, REDOME – Registro Nacional de Doadores de Medula Óssea, quem pode ser doador de medula óssea, passo a passo para os procedimentos da doação, métodos de doação, comportamento dos doadores e Lei Pietro.

Ação I - Manual eletrônico do doador voluntário de medula óssea na web

Objetivo - Desmitificar a doação de medula óssea através da divulgação de informações claras e objetivas com linguagem acessível aos internautas, para divulgar em grande escala o que envolve a doação de medula óssea, bem como suas características, procedimentos e locais de doação, transformando o site em referência na consulta ao tema da doação voluntária de medula óssea.

Público - Pessoas que têm acesso a rede mundial de computadores, como foco na faixa etária dos potenciais doadores: de 18 a 55 anos incompletos.

Período – a criação do manual eletrônico compreende o período de agosto a outubro de 2009, mas a ação é de caráter permanente.

Estratégia – utilizar a internet como ferramenta de disseminação da informação, buscando assim, mobilizar o maior número possível de pessoas a tornarem-se doadores de medula óssea.

Mecânica – criar um site que vire referência para os doadores voluntários de medula óssea e hospedá-lo no domínio www.leipietro.com, que pertence ao cliente e está atualmente sem uso.

Comunicação/Instrumentos – O manual eletrônico do doador voluntário de medula óssea é um instrumento de comunicação e viabilizará o diálogo com os internautas com potencial para tornarem-se doadores.

Sistema de avaliação – a proposta do manual eletrônico é tornar-se um instrumento permanente de divulgação da Lei Pietro, sendo uma ferramenta esclarecedora do processo de doação voluntária de medula óssea. Em função deste caráter permanente, não será possível mensurar todos os resultados dentro do período de realização do projeto. Entretanto, o presente trabalho deixa como sugestão de avaliação periódica dos resultados



obtidos a partir da criação do manual eletrônico a verificação junto ao REDOME, se o número de cadastrados sofreu alteração significativa após a implementação da ação.

Ação II – Disseminando o Manual do Doador

Objetivo – disseminar, entre o maior número possível de internautas, as informações sobre leucemia e doação de medula, contidas no site, para assim, mobilizar as pessoas a cadastrarem-se como doadores voluntários.

Público - Pessoas que têm acesso a rede mundial de computadores, com foco na faixa etária dos potenciais doadores: de 18 a 55 anos incompletos.

Período – as ações de divulgação do manual do doador de medula óssea, elaboradas para este projeto, compreendem o período de outubro a dezembro de 2009. Porém, pretende-se continuar divulgando-o permanentemente.

Estratégia – disseminar o manual do doador através das redes de relacionamentos da internet, além de distribuição de releases nos meios de comunicação da Universidade e veículos de comunicação externos. Divulgação através de cartazes espalhados pelas dependências da PUCRS e HSL, além de outros pontos de circulação de pessoas com potencial de tornarem-se doadoras voluntárias.

Mecânica – criar e distribuir cartazes e releases para a divulgação do site do manual do doador de medula óssea através das redes de relacionamentos da internet e mailling dos integrantes do grupo.

Comunicação/Instrumentos – Cartaz formato A3 divulgando o site do manual do doador; Cartaz formato A4 espalhado em todas as salas da Famecos; Release enviado por e-mail para contatos pessoais dos integrantes do grupo e para os responsáveis pelos veículos de comunicação da PUCRS e Espaço Experiência da Famecos; Proposta enviada por e-mail para ONGs que abordam a questão da leucemia, propondo parceria de divulgação entre o site do manual e o site da ONG;

Sistema de avaliação – No site do manual, o profissional de web designer responsável, instalou uma ferramenta do Google Analytics que mensura os acessos ao site. Esta mensuração pode ser verificada através do relatório final. Pesquisa efetuada no Google mostrando a posição do manual na lista de resultados pesquisados. Acompanhamento da repercussão do site na internet, conforme clipagem.



Resultados – o relatório gerado pelo *Google Analytics* no período de 14/10 a 03/12/2009, mostrou que o site alcançou, ao final de toda as ações de divulgação, a marca de 603 visitas, oriundas de 9 países diferentes.

A busca realizada nos sites de pesquisa Google, obteve o seguinte resultado:

Busca realizada com a palavra-chave *manual do doador*, no dia 23/10/2009 – 3ª posição;

Busca realizada com a palavra-chave *manual do doador*, no dia 09/11/2009 – 1ª posição.

Ação III – Unidade Móvel do HEMORGS na PUCRS

Objetivo – mobilizar o maior número possível de pessoas da comunidade acadêmica da PUCRS e pessoas que ali circulam, a cadastrarem-se como doadores de medula óssea, sem que precisem deslocar-se a um centro de cadastro.

Público – comunidade acadêmica e pessoas que ali circulam com idade entre 18 e 55 anos incompleta, com potencial de tornarem-se doadores voluntários de medula óssea.

Período – no dia 30 de novembro de 2009, no horário das 9h às 13h.

Estratégia – junto com o HEMORGS disponibilizar a Unidade Móvel de cadastramento de doadores de medula óssea dentro da PUCRS.

Mecânica – entrar em contato com a responsável pela Unidade Móvel do HEMORGS para viabilizar uma data em que a Unidade pudesse estar na PUCRS, cadastrando os potenciais doadores. Através da secretaria da Famecos, solicitar as autorizações necessárias às unidades responsáveis dentro da Universidade, para viabilizar a entrada e permanência da Unidade Móvel do HEMORGS no pátio da PUCRS.

Comunicação/Instrumentos – os instrumentos usados nesta ação são de caráter formal e administrativo.

Sistema de avaliação – após o fim da ação, mensurar o número de cadastros efetuados no dia, através do controle oficial do próprio HEMORGS.

Resultados – a Unidade Móvel do HEMORGS registrou 136 cadastros no período de realização da ação. Em função do horário estabelecido pelo HEMORGS, o evento foi encerrado pontualmente as 13h e, em função disso, algumas pessoas não foram atendidas, estima-se que em torno de 20 pessoas compareceram ao local do evento, mas deixaram de ser atendidas.



Ação IV – Divulgando a presença do HEMORGS na PUCRS

Objetivo – divulgar para a comunidade acadêmica da PUCRS a presença da Unidade Móvel do HEMORGS para cadastro de doadores de medula óssea, no dia 30 de novembro de 2009.

Período – as ações de divulgação da presença da Unidade Móvel foram realizadas nas duas semanas que antecederam o evento.

Estratégia – Divulgação em todos os veículos de comunicação e nos prédios da PUCRS, mídias sociais e redes de relacionamentos.

Mecânica – elaborar e distribuir cartazes e releases para a divulgação da ação através das redes de relacionamentos da internet e mailling dos integrantes do grupo. Divulgação para a comunidade acadêmica através do envio de e-flyer, publicação no PUCRS Notícias.

Comunicação/Instrumentos – Para a divulgação desta ação, foram utilizados diversos canais de comunicação, tais como: Cartaz A3 divulgando a presença da Unidade Móvel do HEMORGS; Cartaz A4 espalhado em todas as salas da Famecos; E-mail enviado pelos integrantes do grupo para suas redes de contato; Release enviado para o Espaço Experiência da Famecos, que responsabilizou-se por enviá-lo aos meios de comunicação – lista dos veículos; Envio de e-flyer, institucional da PUCRS a toda a comunidade acadêmica nos dias 27 e 30 de novembro; Divulgação nos meios de comunicação da PUCRS: PUCRS Notícias, mídia indoor, portal Eu Sou Famecos, site RRPP Atualidades. Mídias sociais e redes de relacionamento dos integrantes do grupo.

Sistema de avaliação – A mensuração dessa ação avaliada na repercussão da mídia e no número de pessoas que compareceram para cadastrarem-se.

Em função da divulgação da presença da unidade móvel, repercutiu também no número de acessos ao site do manual doador de medula óssea. Os resultados da ação III servem como parâmetro de mensuração para esta ação.



6 CONSIDERAÇÕES

A elaboração deste projeto proporcionou ao grupo de alunos implementar ações de relações públicas que ao longo dos 4 anos de curso foram reforçadas pelos professores, sustentadas pelos livros e exigidas nos estágios e trabalhos realizados.

Diferente de uma organização, trabalhar com o foco em um objeto de interesse social, foi desafiador. Precisou-se explorar a criatividade e adaptar alguns conceitos para a implementação das ações de relações públicas, já que o cliente é um organismo político e de modelo organizacional diferente de uma empresa privada ou de terceiro setor, gerando certa dificuldade em descrever e apresentar a estrutura, pois não era o cliente em si o objeto deste projeto e sim uma de suas frentes de trabalho.

O trabalho na área da saúde, em geral, exige dos atores uma postura humanizada, pois lida com as emoções e fragilidades das pessoas e, para o grupo, abriu perspectivas de um campo novo de trabalho, onde o profissional de relações públicas pode desenvolver suas técnicas e ser mediador na busca pelo atendimento humanizado.

Os realizadores deste projeto tomaram à iniciativa de elaborar ações de comunicação que contribuíssem para disseminar as informações referentes à doação de medula óssea, um campo onde não é comum ver a comunicação trabalhando.

Foi gratificante, ao final do trabalho, ver os resultados alcançados. Em uma única manhã, 136 pessoas foram cadastradas como doadoras voluntárias de medula óssea. Acredita-se, que o objetivo final foi alcançado com sucesso. O número de acessos ao manual do doador e o número de cadastros demonstram que a conclusão obtida a partir da pesquisa realizada no primeiro semestre de 2009, é verdadeira: a falta de informação é o maior problema no combate a leucemia. Afinal, de posse da informação as pessoas aderiram à causa.

Considera-se que elaborar este projeto vai além do cumprimento das obrigações de alunos formandos, pois houve envolvimento com uma causa de interesse público e as dimensões atingidas foram além das fronteiras da faculdade. Pessoas serão beneficiadas. E o maior desejo deste projeto quem sabe será atingido: desmitificar a doação de medula óssea.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, C. T. de S. Psico-Sociologia das Relações Públicas. São Paulo: Loyola, 1989.

CESCA, Cleusa Gertudes Gimenes. Comunicação Dirigida Escrita na Empresa: teoria e prática. São Paulo: Summus, 1995.

CHIAVENATO, Idalberto. SAPIRO, Arão. Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

FORTES, Waldyr Gutierrez. Relações Públicas – processo, funções, tecnologia e estratégias. 2 ed. São Paulo: Summus, 2003.

FRANÇA, Fábio. Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul, SP: Yendis Editora, 2004.

Estimativa 2008 – Incidência de Câncer no Brasil: Instituto Nacional do Câncer (INCA)

KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. Introdução ao marketing. 4 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

KUNSCHI, Margarida Maria Krohling (Org.). Obtendo Resultados com Relações Públicas. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004. 324p.

_____. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003 – 5º Ed.

LOPES Adriana e Magalhães Naiara. Muito Além da cirurgia. Revista Veja. Editora Abril, edição 2107. Ano 42. Nº. 14

MARCONI, Marina de Andrade e LAKATOS, Eva Maria. Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 5. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2002. 282 p.

SAMARA, Beatriz Santos. Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia. 3. Ed. São Paulo: Pearson Education, 2002

Steffen, Ana Maria Walker Roig. O conceito de público em relações públicas. Porto Alegre: Ciudadela, 2008. 101 p.

Sites consultados

Associação Brasileira de Linfoma e Leucemia <http://www.abrale.org.br> - Acesso em 18/03/2009



Associação da Medula Óssea (AMEO) <http://www.ameo.org.br> - Acesso em 18/03/2009
Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor, Universidade de São Paulo.
<<http://www.icd.org.uy/mercosur/informes/2000/falconer1.html>> acesso em 07/09/09.

Borkenhagen Soluções Contábeis Ltda.
<http://www.borkenhagen.net/artigos/comunicorgan.htm> - acesso em 10 /11/2009.

Departamento de Administração do Ensino à Distância da USP.
<http://www.ead.fea.usp.br/semead/8semead/resultado/trabalhosPDF/284.pdf> - Acesso em 07/09/09).

Dr. Drauzio Varella
http://drauziovarella.ig.com.br/entrevistas/doacaomedula_transplante.asp - Acesso em 14/03/2009

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Indicadores Sociodemográficos e de Saúde no Brasil 2009.
<www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/indic_sociosaude/2009/indicsaude.pdf>
acesso em 06/09/09.

Instituto Nacional de Câncer (INCA)
http://www.inca.gov.br/conteudo_view.asp?id=344 – Acesso em 19/04/2009.

Instituto Nacional do Câncer (INCA)
<http://www.inca.gov.br/estimativa/2008/> - Acesso em 08/09/09.

Instituto Nacional do Câncer (INCA)
<http://www.inca.gov.br> - Acesso em 18/03/2009.