



## **Campaña hospitalaria: especial de donación de sangre**

### **“El Cor que mou la sang”**

### **(El corazón que mueve la sangre)**

#### **JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

Los bancos de sangre son un pilar básico en el funcionamiento de los hospitales, pero en muchas ocasiones parecen invisibles para el resto del hospital.

Las estadísticas indican que el personal sanitario, aun teniendo más accesibilidad que la población en general a los espacios de donación, es menos activo en la donación de sangre que otros colectivos.

Las áreas de donación interna hospitalaria, en nuestro medio, tienen poca actividad

#### **OBJETIVOS**

- Hacer más visible el banco de sangre en el hospital
- Implicar al personal sanitario en el proceso de la donación, no solo para donar sangre sino también para difundir el mensaje sobre su importancia
- Conseguir mejorar los índices de donación interna hospitalaria

#### **MÉTODO**

Desarrollo de una campaña especial de donación interna con motivo de la celebración del **50 aniversario del Hospital Universitario Joan XXIII de Tarragona**, durante el mes de febrero 2017.



El nombre de la campaña “**El cor que mou la sang**” parte de la siguiente metáfora: el banco de sangre emula el corazón del hospital que bombea la sangre a todos los pacientes que la necesitan.

Durante esta campaña especial de donación se han desarrollado **diferentes acciones para implicar a todos los servicios** del Hospital Joan XXIII:

- Todos los servicios, asistenciales como no asistenciales (incluyendo cafetería, seguridad, limpieza, etc.) se han distribuido en 4 semanas, para una mejor organización de la campaña.
- Durante la campaña se les ha entregado una chapa identificativa y se les ha ofrecido información sobre la donación, carteles para exponer en su sala, etc. Además, se les ha invitado a conocer el banco de sangre en grupo y fotografiarse junto a una exposición diseñada para la ocasión.
- Gran parte del personal sanitario que ha donado sangre se le retratado con el logotipo de la campaña impreso y se ha hecho gran difusión de la campaña mediante las redes sociales.
- Durante la semana correspondiente al Servicio de Pediatría se han llevado a cabo actividades para los niños: cuenta cuentos, visita de payasos y de los Superhéroes se la sangre.
- Al final de la campaña se ha realizado un video con todas las fotos y se ha publicado en la Intranet del hospital.

Los **elementos visuales** han sido fundamentales:

**-Logotipo de la campaña**



Como logotipo se ha utilizado un dibujo de un corazón utilizado en las chapas identificativas, en la puerta del banco de sangre, como objeto para las fotografías en las donaciones, etc.

### **- Montaje con plafones ilustrados con bolsas de sangre en el hall del hospital**

La parte más impactante de la campaña está ubicada en el hall del Hospital. Varios plafones de grandes dimensiones ubicados en las columnas principales de la sala cuentan con una ilustración de una bolsa de sangre con un tubo que baja hasta el suelo. Estos tubos, que simulan arterias y venas, sirven como señalización para llegar al resto de la exposición y al banco de sangre.

### **-Exposición sobre la sangre**

Una parte de la campaña es la exposición, basada en la idea de informar y formar. Cuenta con varios plafones que muestran la actividad del banco de sangre y recoge curiosidades relacionadas con la donación, la composición de la sangre, los grupos sanguíneos, la compatibilidad, etc.

También hace un repaso por la historia de la transfusión y a la vez explica los usos y beneficios de cada uno de los componentes sanguíneos. La intención es evitar un lenguaje técnico para poder llegar a todos los públicos. Por eso utilizamos explicaciones sencillas y prácticas para entender procesos complejos como el recorrido que hace la sangre por nuestro cuerpo, comparándolo con un tren que recorre 100.000 km y pasa por diferentes estaciones, representadas como órganos.



Para sensibilizar al público sobre la necesidad de donar sangre, la exposición acoge un montaje fotográfico de donantes y receptores que pertenecen al equipo profesional sanitario del Hospital, con un breve texto que explica cada caso.

Al final de la exposición, una gran bolsa de sangre sirve como buzón para que el público pueda dejar mensajes. A medida que la gente deposita mensajes, la bolsa parece que se llena de sangre

## **RESULTADOS**

- Todos los servicios, asistenciales y no asistenciales del hospital han visitado nuestras instalaciones, dejando constancia en una foto.
- Se han repartido entre el personal numerosas chapas con el logo, siendo la chapa un distintivo de implicación con la campaña.
- Se han recibido múltiples visitas a la exposición sobre la sangre.
- La jornada en el Servicio de Pediatría ha sido especialmente intensa y emotiva.
- Se han conseguido 115 donaciones de sangre más que en el mes de febrero de 2016 (un incremento del 23,7%) (muchas de ellas procedentes de personal sanitario).

## **CONCLUSIONES**

- Informar al personal sanitario sobre la importancia de la donación de sangre es una herramienta necesaria para implicarles en el proceso de la donación y transfusión.
- Esta implicación produce mejoras en los índices de donación hospitalaria, tanto en lo que se refiere al propio personal sanitario como a los usuarios del hospital.