

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



PROYECTO DE GRADO

**“CAMPAÑA DE INFORMACIÓN PARA LA SENSIBILIZACIÓN DE LA DONACIÓN
DE SANGRE EN PERSONAS DE 18 A 24 AÑOS A TRAVÉS DE MEDIOS
AUDIOVISUALES EN LA CIUDAD DE LA PAZ”**

**PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

POSTULANTE: UNIV. ERIKA ROCIO ZEBALLOS HUANCA

TUTOR: M.SC. LEONARDO F. MOLLINEDO SILVA

LA PAZ – BOLIVIA

2021

Agradecimientos:

- En primer lugar, a Dios por regalarme la vida y salud para poder concluir el presente proyecto.
- A todos los docentes que aportaron a mi formación académica.
- A la directora del Hemocentro de la ciudad de La Paz y la coordinadora de comunicación que colaboró en la parte técnica del presente proyecto.
- A todos los que formaron parte de mi formación como futura profesional, TvU de quienes aprendí a amar la televisión, en primer lugar, al director el M. Sc. Leonardo F. Mollinedo Silva quien demostró que la perseverancia hace posible un buen canal y el capital humano es lo más importante, también a los conductores, amigos y excelentes profesionales que forman parte de esta casa televisiva.

Finalmente, mi agradecimiento a la **Universidad Mayor de San Andrés**, la mejor casa de estudios que formó parte importante de mi vida.

Dedicatoria

“Aun cuando tengas ganas de no seguir, yo no te soltare”

Jesús

Dedicado a mi familia:

Mi papá **Martín Zeballos Mamani**, mi mamá **Raquel Huanca Leyva**, mis hermanas **Romina, Adriana, Elva, Daniela** y mi hermano **Franco**, por ser al apoyo incondicional en mi vida.

A mis padrinos **Gema Herrera** y **R. Daniel Machaca** por el apoyo en cada momento de la vida mi agradecimiento infinito.

Resumen

En la época actual las donaciones de sangre altruistas según el Ministerio de Salud del Estado Plurinacional de Bolivia solo corresponden al 30% de todas las donaciones realizadas, las personas con enfermedades crónicas como el cáncer son las que más necesitan de este vital elemento estos pacientes necesitan hasta tres transfusiones por cada quimioterapia.

En el mundo a lo largo de los años se han desarrollado campañas con diversos objetivos entre los principales; incentivar la donación de sangre segura tanto para el donante como para la persona que recibirá la donación, en África la campaña “Promesa 25” logró establecer una red de donaciones de sangre segura, creando una cultura de donación en jóvenes entre 18 a 25 años.

La donación de sangre altruista en el Estado Plurinacional de Bolivia aun no logra cubrir la demanda que existe en los diferentes hospitales. La campaña de donación de sangre está dirigida a jóvenes entre 18 a 24 años, debido a que esta población pueda ser sensibilizada y al mismo tiempo crear una cultura de donación de sangre que puede salvar más de tres vidas por cada donación, es así que se llegará al público meta a través de cápsulas informativas, juegos didácticos e infografías que se difundirán por televisión y en la última etapa redes sociales.

Palabras Clave: *Donación de sangre, campaña, sensibilización, comunicación, Cápsulas, infografías, charlas informativas.*

Abstract

In the current era, altruistic blood donations according to the Ministry of Health of the Plurinational State of Bolivia only correspond to 30% of all donations made, people with chronic diseases such as cancer are those who most need this vital element these patients need up to three transfusions for each chemotherapy.

Throughout the years, campaigns have been developed with various objectives, among the main ones; To encourage safe blood donation for both the donor and the person who will receive the donation, in Africa the “Promise 25” campaign managed to establish a network of safe blood donations, creating a culture of donation in young people between 18 and 25 years of age.

Altruistic blood donation in the Plurinational State of Bolivia still fails to meet the demand that exists in different hospitals. The blood donation campaign is aimed at young people between 18 and 24 years old, because this population can be sensitized and at the same time create a culture of blood donation that can save more than three lives for each donation. it will reach the target audience through informative capsules, educational games and infographics that will be broadcast on television and in the last stage on social networks.

Key Words: *Blood donation, campaign, awareness, communication, Capsules, infographics, informative talks*

Índice

INTRODUCCIÓN.....	1
-------------------	---

PRIMERA PARTE

Investigación diagnóstica

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DE LA SITUACIÓN PROBLEMA Y

ANTECEDENTES.....	4
1.1 Planteamiento del Problema	4
1.2 Formulación de la pregunta de investigación	8
1.3 Justificación relevancia de la investigación	8
1.3.1 La comunicación en campañas de información y/o sensibilización.....	8
1.3.2 Elección del público objetivo	10
1.3.3 Elección de alcances y límites.....	11
1.3.4 Elección temporal	12
1.3.5 Elección de medio de difusión	12
1.4 Objetivos	13
1.4.1 Objetivo General	13
1.4.2 Objetivos Específicos	13
1.5 Estrategia metodológica	13
1.5.1 Enfoque metodológico	13
1.5.2 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	16
1.5.2.1 Métodos	16
1.5.2.1.1 Análisis y síntesis.....	18

1.5.2.1.2	Inducción y deducción	18
1.5.2.1.3	Histórico y lógico	19
1.5.2.2	Técnicas e instrumentos de la investigación	19
1.5.3	Diseño muestral	21
1.5.4	Localización del proyecto	22
1.5.5	Beneficiarios de la investigación	22
1.5.5.1	Beneficiarios directos	22
1.5.5.2	Beneficiarios indirectos	23
1.5.6	Tipo de investigación	23
1.5.7	Aporte socio – comunicacional	25

CAPITULO II

2	MARCO TEÓRICO	26
2.1	La comunicación social.....	26
2.1.1	Elementos básicos de la comunicación social.....	26
2.1.2	Emisor	26
2.1.3	El mensaje	26
2.1.4	El medio	26
2.1.5	El receptor	27
2.2	Modelo de la comunicación	27
2.3	Enfoque de la intervención	28

CAPITULO III

3 Marco conceptual	30
3.1 Sensibilización	30
3.2 Campaña	32
3.3 Campaña de cambio social	33
3.4 Cápsula informativa	34
3.4 Cápsula televisiva	35
3.5 Redes sociales	37
3.6 Infografías	38
3.7 Juegos didácticos	40
3.8 Términos médicos	42

CAPITULO IV

4 Marco legal	44
---------------------	----

CAPITULO V

5 Marco referencial	50
5.1 Hemocentro de la ciudad de La Paz	50
5.1.1 Historia	50

5.1.2 Misión	52
5.1.3 Visión	53
5.1.4 Objetivos	53
5.2 Información de donantes	55

CAPITULO VI

6 Diagnóstico Comunicacional	57
6.1 Conocimiento de la problemática	57
6.2 Actitudes	57
6.3 Practicas	58
6.4 Experiencias	58
6.4.1 Recolección de datos	58
6.4.2 Observación directa	58
6.4.3 La entrevista	59
6.4.4 La encuesta	60
6.4.5 Guía de observación	60
6.4.6 Guía de entrevista	62
6.4.7 Cuestionario	62
6.5 Interpretación de los resultados obtenidos del diagnóstico inicial	63

SEGUNDA ETAPA

Propuesta

CAPITULO VII

7 Propuesta	75
7.1 Desarrollo de la propuesta	75
7.1.1 Definición	75
7.1.2 Primera etapa de la propuesta	77
7.1.2.1 Contenido	77
7.1.2.1.1 La temática	77
7.1.2.1.1.1 Infografía uno	78
7.1.2.1.1.2 Infografía dos	78
7.1.2.1.1.3 Infografía tres	78
7.1.2.1.2 Información	78
7.1.2.1.2.1 Infografía uno	78
7.1.2.1.2.2 Infografía dos	79
7.1.2.1.2.3 Infografía tres	79
7.1.2.1.3 Diseño	80
7.1.2.1.3.1 Infografía uno	80

7.1.2.1.3.2 Infografía dos	81
7.1.2.1.3.3 Infografía tres	82
7.1.4 Segunda etapa de la propuesta	83
7.1.2 Contenido	83
7.1.3.1.1 El slogan.....	83
7.1.3.1.2 La temática	84
7.1.3.1.2.1 Cápsula uno	84
7.1.3.1.2.2 Cápsula dos	84
7.1.3.1.2.3 Cápsula tres	84
7.1.3.1.3 Carpeta de producción	85
7.1.3.1.3.1 Sinopsis	85
7.1.3.1.3.1.1 Cápsula uno	85
7.1.3.1.3.1.2 Cápsula dos	85
7.1.3.1.3.1.3 Cápsula tres	85
7.1.3.1.3.2 Guiones	86
7.1.3.1.3.2.1 Guion literario Cápsula uno. - “Donar sangre no te roba el Ajayu”	86
7.1.3.1.3.2.2 Guion literario Cápsula dos. - “Medidas de seguridad al donar”	87

7.1.3.1.3.2.3 Guion literario Cápsula tres. - “Información adecuada”	89
7.1.3.1.3.3 Guion Técnico	93
7.1.3.1.3.3.1 Guion Técnico Cápsula uno “Donar sangre no te roba el Ajayu”	93
7.1.3.1.3.3.2 Guion Técnico Cápsula dos. - “Medidas de seguridad al donar”	94
7.1.3.1.3.3.3 Guion Técnico Cápsula tres. - “Información adecuada”	97
7.1.3.1.3.4History Board	100
7.1.3.1.3.4.1 History Board Cápsula uno: “Donar sangre no te roba el Ajayu”	100
7.1.3.1.3.4.2 History Board Cápsula dos: “Medidas de seguridad al donar”	102
7.1.3.1.3.4.3 History Board Cápsula tres. - “Información adecuada”	105
7.1.5 Tercera etapa de la propuesta	110
7.1.4.1 Contenido	110
7.1.4.1.1 Charlas virtuales	111
7.1.4.1.2 Juegos virtuales	111
7.1.4.1.2.1 Juego tipo test	111
7.1.4.1.2.2 Juego tipo memoria	112

7.1.4.1.2.3 juego de rol	112
7.1.4.1.3 Charlas presenciales	112
7.1.4.1.3.1 Juegos Lúdicos	113
7.1.4.2 Diseño	113
8 Cronograma de actividades	115
9 Presupuesto	116
10 Referencia bibliográfica	116

ANEXOS

Índice de gráficos

Gráfico N°1 Acceso diario a medios de comunicación.....	37
Gráfico N°2 Edades de los encuestados	63
Gráfico N°3 Medios de comunicación masiva que utiliza con más frecuencia	64
Gráfico N°4 Redes sociales que más utiliza	65
Gráfico N°5 Tipos de mensajes recibidos	66
Gráfico N°6 Medios de comunicación que utiliza para informarse con más frecuencia	67
Gráfico N°7 Utiliza redes sociales	67
Gráfico N°8 Red social que utiliza con más frecuencia	68
Gráfico N°9 Ha visto escuchado hablar de donaciones de sangre en medios de comunicación ..	68
Gráfico N°10 En que medio de comunicación escuchaste hablar de donaciones de sangre con más frecuencias	69
Gráfico N°11 Red social donde ha escuchado hablar de donación de sangre	70
Gráfico N°12 ha donado sangre	71
Gráfico N°13 Cuántas veces ha donado	71
Gráfico N°14 En qué situación ha donado sangre	72
Gráfico N°15 Volverá a donar sangre	72
Gráfico N°16 Razones para no donar sangre	73

Introducción

El presente Proyecto de Grado está orientado a informar y sensibilizar sobre las donaciones de sangre y pretende generar una cultura que pueda cubrir la demanda que existe en los diferentes hospitales con donaciones voluntarias.

El proyecto en primera instancia se encaminará en la investigación diagnóstica con la cual se determinará; los antecedentes de las campañas de donación de sangre, leyes que protegen las donaciones y a los donantes. El diagnóstico inicial mostró varias campañas realizadas en el Estado Plurinacional de Bolivia con la finalidad de concientizar a la población sobre la importancia de donar sangre.

La donación de sangre altruista o voluntaria según el Ministerio de Salud en el país aún corresponde a la mínima parte de los donantes, se conoce que existen tres tipos de donantes de sangre: los voluntarios, los remunerados, los donantes de reposición. Las estadísticas muestran que los donantes de sangre voluntarios y por remuneración han crecido en los últimos años, pero aún no se logra cubrir la demanda que existe actualmente.

La problemática inicial es la desinformación que tiene la población actual, se realizó un primer diagnóstico donde se les preguntó cuáles eran los principales miedos para no donar sangre se descubrió que la mayoría de los consultados no tienen la información adecuada y una parte cree que donar sangre les puede robar su “ajayu”. Son estos los principales miedos que se deben erradicar a través de la información.

El desarrollo de la campaña se realizará en tres etapas diferentes con la finalidad de tener la mayor cantidad de personas informadas para que puedan participar de la feria por el día del donante

voluntario. En la primera etapa se pretende informar y sensibilizar en los principales puntos en los que las personas tienen dudas o necesitan información para algún día poder donar sangre.

En el diagnóstico inicial se consultó a un grupo de personas sobre que desean conocer acerca de las donaciones de sangre para realizar una campaña exitosa. El diagnóstico brindó información exacta del público objetivo y la forma más efectiva de influir en él.

Se determinó que para cumplir con el objetivo del proyecto la propuesta se dividió en tres etapas: en una etapa inicial se publicarán infografías en las diferentes Redes Sociales del Hemocentro, en una segunda etapa se difundirán Cápsulas informativas a través de la televisión y la tercera etapa finalmente brindará charlas informativas con juegos didácticos para medir el aprendizaje del público objetivo.

El objetivo final de la campaña es poder crear una cultura de donación de sangre en los jóvenes y así lograr cubrir la demanda que existe en la actualidad.

Es importante brindar información correcta, asertiva y sobre todo enfrentar los mitos que existen alrededor de las donaciones de sangre.

PRIMERA PARTE

Investigación diagnóstica

Capítulo I

1 Planteamiento de la situación problema y antecedentes

1.1 Planteamiento del Problema

La donación de sangre en el Estado Plurinacional de Bolivia es un acto que no se realiza con frecuencia. Existe una necesidad constante de donaciones de sangre debido a que mediante la medicina transfusional las personas que sufren accidentes automovilísticos, parturientas, personas con cáncer, operaciones de emergencia, entre otros pueden salvar sus vidas. Es importante y urgente realizar una campaña de información y sensibilización. La directora del Hemocentro de la ciudad de La Paz Dra. Vanesa Tellería señaló “...la principal razón por la que la gente no dona sangre es la desinformación...” (V. Tellería, comunicación personal en Hemocentro ciudad de La Paz, 14 de octubre de 2018)

En el Estado Plurinacional de Bolivia existe poca cultura de donación de sangre. Según el Ministerio de Salud y su Unidad de Comunicación. En su artículo denominado “Ministerio de Salud entrega material de difusión para lograr donación de sangre solidaria” del 10 de mayo del 2018 destacó que esta cifra fue en aumento en los últimos años, pero aún no se logra cubrir la necesidad que existe de este elemento vital. “En 2017 se registró 11 donaciones por cada mil habitantes, dando lugar a 119.663 donaciones” (Bautista L., 2018)

Con relación a las donaciones es importante hacer una relación entre la gestión del 2018 y la gestión 2019 “La directora del Hemocentro, Dra. Vanesa Tellería, informó que en la gestión 2019 se recaudaron 16 mil unidades de donaciones de sangre en la ciudad de La Paz, en comparación con el año pasado, cuando se recolectaron 14 mil unidades.” (Redacción Central, 2019)

El Dr. Ignacio Alurralde Juárez coordinador del Programa Nacional de Sangre del 2020 declaró:

“Sin embargo, en los últimos años existe una tendencia a la disminución de las tasas de donación de sangre disponible en la población. Estas proyecciones de déficit significativo no pueden continuar, porque el número de las donaciones podría no llegar a ser suficiente en el futuro cercano.” (Alurralde, 2020, p. 2)

La disminución de donaciones voluntarias provoca que no se tenga un suministro óptimo de este elemento en el banco de sangre, por lo que es obligatorio que se tenga donantes por reposición para cubrir la tasa faltante.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) destacó en el día mundial del donante voluntario que:

“Las donaciones de sangre son más necesarias que nunca durante la actual pandemia por COVID-19, y los servicios de sangre en todo el continente americano están tomando medidas para garantizar que las donaciones continúen de manera segura para los donantes y receptores de sangre.” (Organización Panamericana de la Salud OPS, 2020)

Debido a la declaración de emergencia sanitaria por la Organización Mundial de la Salud y posteriormente por cada país independiente, la medicina transfusional se ha visto afectada según la revista “Hematología” ya que existe: “Menor disponibilidad de hemocomponentes por la escasez de donantes, evaluación estricta en el soporte transfusional, potencial uso de plasma de donantes convalecientes de Covid-19” (Sociedad Argentina de Hematología, 2020, pág. 38)

Es importante conocer que durante la cuarentena las donaciones disminuyeron considerablemente tal como lo destacó la Directora del Hemocentro de la ciudad de La Paz la Dra. Vanesa Tellería a la unidad de comunicación del Ministerio de Salud:

Ahora obtenemos entre 20 a 30 donaciones por día y con esa cantidad tenemos que cubrir la demanda de transfusiones de todos los hospitales de la ciudad de La Paz, estamos teniendo problemas. Afortunadamente los médicos están haciendo un uso racional de la sangre, pero nos faltan unidades por las emergencias que se presentan, señaló la directora del Hemocentro. (Tellería, 2020)

La emergencia sanitaria ha hecho que las donaciones por día se vean disminuidas a menos de la mitad que se recibían en anteriores gestiones, es por esta razón que el Hemocentro aplica todos los protocolos de seguridad instituidos por la Organización Mundial de la Salud para resguardar la integridad de los donantes.

La mayoría de los donantes hasta el primer trimestre del 2019 eran captados en las calles gracias a colectas de sangre donde se les informaba sobre lo que es la donación de sangre y los principales requisitos, pero el alcance de los mismos es mínimo. También se realizan colectas con instituciones que reúnen voluntarios, tales como los Activistas por la paz, Asociación de Voluntarios Contra El Cáncer Infantil (AVCCI), Doctores Sonrisas; todos se encargan de informar de boca a boca y repartiendo trípticos según informa la encargada de comunicación Lic. Gabriela Farfán. (Farfán, G, comunicación personal, 18 de febrero de 2019)

El periódico Bolivia realizó una entrevista a la Dr. Vanesa Tellería quien indicó que “... antes de la cuarentena se recolectaban entre 70 y 100 unidades de sangre, pero actualmente, y debido al confinamiento, solo pueden recepcionar entre 20 a 30 unidades gracias a las visitas que hacen, zona por zona.” (Tellería, 2020)

Es importante destacar que durante los meses de cuarentena rígida los niveles de recolección de sangre bajaron considerablemente por las diferentes medidas de seguridad que se impusieron.

En una entrevista realizada a la directora del Hemocentro de la ciudad de La Paz La Dr. Vanesa Tellería aseguró:

El recinto precisa de donadores de sangre tipo ORH positivo, la más común en el Estado Plurinacional de Bolivia, para atender la demanda existente, debido a que durante la cuarentena por la pandemia del coronavirus (COVID-19) la cantidad de donadores se redujo a menos del 50%.(Tellería, 2020)

Es necesario realizar material de gran alcance para poder informar de forma masiva y poder romper con los mitos y los miedos que se forman debido a la desinformación. La responsable de Comunicaciones del Hemocentro, Gabriela Farfán, señaló que entre los principales miedos está un hecho cultural como "perder el ajayu", este y otros miedos son las principales razones para que las personas no quieran donar sangre. Esta información se corroboró en la encuesta que se realizó de forma interna el 2018.

Tal como destacó la Organización Mundial de la Salud "...Se necesita una estrategia de comunicación proactiva para responder a las preocupaciones de los donantes, que a menudo se deben a desconocimiento, información incorrecta o miedo a resultar infectados durante la donación..." (Organización Mundial de la Salud, 2020)

Los principales medios para informar sobre donación de sangre a la población han sido usualmente los folletos y el boca a boca, en la época actual los medios masivos son grandes herramientas de comunicación e información. Con el Proyecto se pretende llegar a la mayor cantidad de personas a través de cápsulas informativas que se difundirán por televisión ya que a pesar de ser cortas son de gran contenido informativo al igual que las Redes Sociales para lograr una retroalimentación con el público objetivo.

Uno de los grandes problemas es que la sangre es un recurso que no se puede crear sintéticamente y solo se logra obtener de personas que puede donar es por ello la importancia de ciudadanos voluntarios en la donación de sangre.

1.2 Formulación de la pregunta de investigación

¿Cómo desarrollar una campaña de información que sensibilice en el ámbito educativo universitario de la ciudad de La Paz para mejorar la cultura de donación de sangre en el segundo semestre del 2021?

1.3 Justificación relevancia de la investigación

1.3.1 La comunicación en campañas de información y/o sensibilización

El desarrollo de una campaña de información y sensibilización es primordial para lograr una cultura de donación de sangre en la ciudad de La Paz. Tal y como lo recalca la Organización Mundial de la Salud "...Deben llevarse a cabo permanentemente campañas de sensibilización pública sobre la importancia de mantener unas reservas nacionales de sangre adecuadas, la necesidad de donantes de sangre y la seguridad del proceso de donación." (Organización Mundial de la Salud, 2020)

Se analizó varias campañas nacionales e internacionales (ver anexos). Se considera que las cápsulas informativas son la mejor opción debido a que se realizó una encuesta inicial donde se consultó el medio de comunicación por el cual se informan con mayor frecuencia, para las personas consultadas los medios son la televisión y las redes sociales, la capsula informativa es una herramienta que se caracteriza por su contenido preciso y breve sobre un tema determinado. Los

juegos lúdicos y las infografías lograran reforzar las cápsulas informativas para hacer que la campaña de sensibilización e información sea más eficaz. Estos son instrumentos que lograran difundir de forma efectiva toda la información sobre donación de sangre al público objetivo.

Desarrollar una campaña de información y sensibilización para la donación de sangre es necesaria debido a que según la Unidad de Comunicación del Ministerio de Salud el 2017 informó que “... en Bolivia cada día se requieren 550 donaciones, pero solo se presentan 330 de forma voluntaria...”. Esto implica que el otro porcentaje debe recurrir a donantes remunerados o familiares y amigos que quieran y puedan donar sangre. (Campero, 2017)

Según datos de la Unidad de Comunicación del Ministerio de Salud “...en el caso de Bolivia las Donaciones por reposición representan el 65 % y las Donaciones Voluntarias Altruistas son el 35 %”. La falta de voluntarios se debe en muchos casos de la desinformación, es por ello importante desarrollar productos para poder difundirlo por medios masivos. (Unidad de Comunicación, 2015)

Las campañas para captación de donantes que ha realizado el Hemocentro se centran en: trípticos, folletos, cuentos, y la organización de una feria anual en el día del donante voluntario con la finalidad de recolectar donaciones de sangre. A nivel internacional se han desarrollado diversas campañas para la captación de donantes de sangre, entre las más exitosas se puede mencionar las siguientes: “La Promesa 25”, “ Campaña por Día del Donante Voluntario”, entre las principales. Los principales países donde se desarrolló esta campaña fue: Malawi, Sudáfrica y Zimbabwe, han creado un Club 25 o un club similar de donantes jóvenes, como Bangladesh, Botswana, Haití, la India, Indonesia, Filipinas, Singapur, Swazilandia, Togo, Uganda y Zambia.

La Dra. Carissa F. Etienne Directora de la Oficina Sanitaria Panamericana (OSP) declaró en el marco del día del donante voluntario del 2020

“Continuamos apoyando a todos los países miembros de la OPS en el desarrollo de servicios de sangre eficientes y de calidad, para que los donantes puedan hacer donaciones de sangre seguras y que todos los pacientes tengan acceso a sangre segura cuando la necesiten”.

(Organización Panamericana de la Salud OPS, 2020)

La coordinadora del Programa Nacional de Sangre en mayo del 2018, del Ministerio de Salud Lissete Bautista, afirmó: “Las transfusiones son una de las ocho intervenciones claves para salvar vidas en los hospitales que ofrecen, sobre todo, servicios de atención obstétrica y de emergencia” para la Unidad de Comunicaciones del Ministerio de Salud en mayo de 2018. La sangre es clave para la vida y es primordial lograr que más personas tomen conciencia para así lograr salvar más vidas.

La Comunicación para el Cambio Social insiste en promover la participación, pertinencia cultural, elaboración de contenidos propios y el uso de tecnologías accesibles para los actores como principales condiciones para generar procesos de diálogo que permitan el empoderamiento y la transformación de los actores sobre su entorno. (Gumucio & Tufte, 2008, p. 374)

La comunicación es un elemento que involucra a la población en general, como parte de los proyectos que se realizan, es así que en el presente proyecto se necesita de la población para lograr crear una cultura de donación de sangre a través de brindar información asertiva y precisa.

1.3.2 Elección del público objetivo

Se tomará como público donante a las personas mayores de 18 a 24 años, debido a que se requiere ser mayor de edad para ser apto según la ley **1687** de Medicina Transfusional y Bancos de Sangre (del 26 de marzo de 1996) en su capítulo V, artículo 19. Los jóvenes que cumplen la mayoría de

edad o lo harán pronto deben estar informados para crear conciencia de donación de sangre, es impórtate destacar que durante la encuesta realizada al público de 18 a 24 años fue el más interesado en tener información sobre donación de sangre.

Los beneficios de ser un donante voluntario de sangre son diversos por ejemplo en la Ley 1687 se especifica que los donantes de sangre voluntarios cuentan con un carnet de donante voluntario, en dicho carnet se especifica el tipo de sangre, también se registra las donaciones que realizó y en caso de emergencia donde uno de sus familiares o el mismo necesiten sangre se los priorizara sin pedirles la reposición.

Los jóvenes de 18 a 24 años son el público interesado en conocer e informarse más a cerca de la importancia de este acto de amor. Cabe recalcar que según la encuesta realizada la mayoría de los encuestados se encuentran entre ese rango de edades.

1.3.3 Elección de alcances y límites.

Según el artículo difundido por el Ministerio de Salud publicado por la Unidad de Comunicación, del Estado Plurinacional de Bolivia la tasa de donaciones de sangre a nivel nacional sitúa al departamento del Beni con mayor donación con el 66%, Pando 50% y en tercer lugar el departamento de Tarija 49%.(Campero, 2017)

El Ministerio de Salud del Estado Plurinacional de Bolivia, gracias al Programa Nacional de Sangre ha logrado elaborar una lista con los departamentos con mayor cantidad de donadores de sangre en los primeros tres lugares de la lista no figura el Departamento de La Paz a pesar de ser el segundo con mayor población a nivel nacional.

Es por ese motivo que la ciudad de La Paz es el lugar donde se desarrollará la presente campaña de información y sensibilización.

1.3.4 Elección temporal

Según la Asamblea Mundial de la Salud de 2005 designó un día especial cada 14 de junio se celebra el “**día mundial del donante voluntario**” en agradecimiento a todos los seres humanos que realizan esta labor de amor hacia el prójimo.

De la misma forma desde el 13 de junio del 2006 el Estado Plurinacional de Bolivia por **Resolución Ministerial N° 0366** se une a la celebración internacional del “Día del donante de sangre” para conmemorar que toda la sangre recolectada salva miles de vidas en diferentes emergencias.

La campaña de información y sensibilización se desarrollará en el segundo semestre del 2021 debido a que se pretende coincidir con el “día mundial del donante voluntario que es el 14 de junio” esta fecha se celebra a nivel mundial. La campaña se centra en otorgar toda la información pertinente y una sensibilización al público objetivo para que de esa manera se logre crear una cultura de donación de sangre.

1.3.5 Elección de medio de difusión

En el cuestionario diagnóstico que se realizó a la población de la ciudad de La Paz donde se consultó cuál es el medio de comunicación que más utiliza la respuesta fue que un 83% prefiere la televisión y también se consultó si utilizaban redes sociales el 98% hace uso por lo menos de una red social es por esta razón que se determinó difundir por la televisión en relación a los medios

masivos y en relación a las redes sociales la plataforma Facebook, datos que se obtuvieron gracias a la encuesta realizada a los posibles donantes.

Por lo expuesto líneas arriba se decide crear una propuesta final que pueda aplicarse en ambos medios masivos de comunicación de tal forma que se logre responder al enunciado del problema.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Implementar una campaña de información para sensibilizar a personas mayores de 18 a 24 años sobre la donación de sangre voluntaria en la ciudad de *La Paz*.

1.4.2 Objetivos Específicos

- **Diseñar infografías para Redes Sociales con el fin de** lograr la sensibilización e información sobre donación de sangre voluntaria.
- **Producir tres cápsulas televisivas de información** dirigida a potenciales donantes sobre los **procedimientos, necesidades, requisitos y beneficios** para la donación de sangre.
- **Desarrollar Charlas informativas y juegos didácticos** despejando las principales dudas sobre la donación de sangre a cuatro paralelos de primer año de la Facultad de Medicina de la Universidad Mayor de San Andrés.

1.5 Estrategia metodológica

1.5.1 Enfoque Metodológico

El presente trabajo utilizará la metodología mixta debido a que tanto el enfoque cuantitativo como cualitativo, permitirán la búsqueda y complementación de la información requerida para el proyecto.

De acuerdo a Bacallao (1999) "...la investigación cuantitativa está caracterizada por el muestreo probabilístico y el empleo de procedimientos estadísticos descriptivos e inferenciales. " esta metodología es primordial para obtener los datos exactos del público y del material que se realizará según las necesidades del mismo. (p.19)

Como señala Hernández Sampieri (2006) "La metodología cualitativa se fundamenta en una perspectiva interpretativa, centrada en el entendimiento del significado de las acciones de los actores sociales." Esta metodología ayudará a comprender la realidad de la Unidad de Comunicaciones del Hemocentro.(p.9)

Se debe mencionar que las técnicas que se utilizaron fueron observación directa y la encuesta.

Para Moreno (2015) "la observación permite precisar y aprehender la interacción de múltiples factores en la ocurrencia de un determinado hecho..." la observación brindará una visión general del público al que el proyecto pretende llegar. (p.34).

En el presente trabajo, se realizó una observación directa centrada en las colectas de sangre de finales del mes de agosto del 2018, gracias a la misma se logró conocer las principales dudas que tiene la población y la falta de información sobre lugares de donación, beneficios y beneficiarios.

La observación fue un punto clave en la formulación de las principales preguntas de la encuesta para el diagnóstico, es importante recalcar que si bien es conocimiento empírico el mismo se comprobará o contrariamente se desmentirá.

Las encuestas para Ander Egg (1987) "se trata de una consulta tipificada individualmente a cierto número de personas elegidas de forma estadística sobre la base de un plan de muestreo", esta técnica ayudará en gran manera a desarrollar los contenidos. (p.273).

El presente proyecto utilizó para el diagnóstico un cuestionario que se aplicó a sesenta personas que donaron por primera vez o pidieron información sobre donaciones de sangre. El cuestionario fue auto-suministrado, pero antes se les explicó con qué fin se realizaron todas las preguntas.

La encuesta se realizó en tres días el 25, 27 y 28 de septiembre de 2018, se acompañó al carro recolector de sangre que empezó su trabajo de 9:30 a 14:00 en la ciudad de La Paz con el fin de conocer información de hábitos en comunicación y conocimiento sobre donación de sangre.

La encuesta se realizó en tres lugares de la ciudad de La Paz: en la plaza San Francisco, en la plaza del Bicentenario y en la avenida 16 de julio (Prado paceño).

Muestra de Encuestados

Según sexo y lugares donde se realizaron las encuestas

	Mujeres	Varones	Total
Plaza San Francisco	13	8	21
Plaza del Bicentenario	11	5	16
Av. 16 de julio (Prado paceño)	11	12	24
Total, General	35	25	60

Fuente: Elaboración propia

1.5.2 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

1.5.2.1 Métodos

El método ayudara a recolectar la información que se requiere para el presente proyecto es por ese motivo que se utilizará las siguientes técnicas e instrumentos.

Objetivo General	Enfoque metodológico	Método Teórico	Método Empírico
Implementar una campaña de información para sensibilizar a personas mayores de 18 a 24 años sobre la donación de sangre voluntaria en la ciudad de <i>La Paz</i> .	Cualitativo - cuantitativo	Histórico – lógico Inducción – deducción Análisis – síntesis	Observación Medición
Objetivo Especifico	Enfoque metodológico	Método Teórico	Método Empírico
1.- Diseñar infografías para Redes Sociales con el fin de lograr la sensibilización e información sobre	Cuantitativo	Histórico – lógico El método se utiliza para conocer los antecedentes, causas y condiciones que dan origen al problema en	Medición

donación de sangre voluntaria.		cuestión para crear un instrumento eficaz.	
2.- Producir tres cápsulas televisivas de información dirigida a potenciales donantes sobre los procedimientos, necesidades, requisitos y beneficios para la donación de sangre	Cualitativo - cuantitativo	Análisis – síntesis Se analiza las respuestas de la encuesta diagnóstico para sintetizar esa información y crear contenidos adecuados	Observación Medición
3.- Desarrollar Charlas informativas y juegos didácticos despejando las principales dudas sobre donación de sangre voluntaria.	Cuantitativo	Inducción – deducción Se utiliza el método para analizar los hechos particulares para construir de manera general la información correcta.	Medición

1.5.2.1.1 Análisis y Síntesis

El análisis y la síntesis es el modelo de investigación teórico que logra tener una mejor recepción de la situación problema debido a la complejidad de la “Donación de Sangre”

Para tener un mejor entendimiento se debe conocer la etimología de “análisis” que deriva del griego “anlyó” cuyo significado es **desatar** se puede decir que es descomponer en partes.

Para poder llevar acabo de manera eficiente el análisis y síntesis como destaca Zorrilla en (1992) quien sostiene que es importante seguir procedimientos cognitivos: observación descripción, desagregación cuantificación, ordenación y clasificación.

Tal como lo menciona el Autor Moreno (2016) en claro contraste con el análisis esta la síntesis pues si bien al analizar se deben descomponer el análisis nos ayudará a recomponer a reconstruir nuestra temática de tal manera determinar las acciones que se tomaran para lograr los objetivos propuestos. (p. 42)

1.5.2.1.2 Inducción y Deducción

El método de inducción y deducción logrará reunir todos los datos obtenidos en los antecedentes y compararlos con la información proporcionada con el diagnóstico para sistematizar la información correcta y concreta.

La Inducción y deducción para el autor Vásquez “La inducción consiste en ir de los casos particulares a la generalización... la deducción, en ir de los general a lo particular” (Vásquez, 2008)

El presente proyecto utilizará el método de inducción y deducción para lograr el objetivo.
 El método enfocara información concreta y precisa de la donación de sangre.

1.5.2.1.3 Histórico y Lógico

De todos los métodos que se utilizaran es importante destacar el histórico y lógico, solo conociendo todos los antecedentes se determinará la manera correcta de informar y sensibilizar al público objetivo.

El método para Moreno “... el método histórico supone el análisis de los antecedentes las causas, el contexto y las condiciones históricas en las que surge y se desenvuelve un determinado hecho o un proceso...” (Moreno, Moreno, & Moreno, 2016, p. 44)

Los antecedentes al igual que los diagnósticos previos durante la investigación serán la pieza fundamental para lograr un instrumento que logre conseguir encaminar el proyecto.

1.5.2.2 Técnicas e instrumentos de investigación

Método Empírico	Técnica	Instrumento	¿Para qué servirá?	¿Sobre quiénes se aplicará?
Observación	Recopilación documental. Observación de campo no	Guía de observación Guía de preguntas	Los instrumentos permitirán tener una visión completa de la investigación y responder las preguntas básicas.	La observación directa se realizó en el Hemocentro, en los procesos de donación de sangre dentro del

	participante Entrevistas en profundidad.			Hemocentro, en la ruta de la Unidad Móvil. La entrevista se realizó a la responsable de la unidad de Comunicación del Hemocentro y a la directora del Hemocentro.
Medición	Encuesta directa	Cuestionario	La encuesta se centró en consultar sobre los medios comunicacionales que más utilizan y sobre todo los principales miedos al donar sangre.	La encuesta se realizó a personas mayores de 18 años que se acercan a la unidad móvil del Hemocentro buscando información.

El diseño de la estrategia metodológica de investigación, en relación al método empírico, incluye técnicas de observación y medición (donde se aplicaron o se aplicarán).

1.5.3 Diseño muestral

La muestra se realizará del universo de donantes y/o posibles donantes de sangre que se acercan a la unidad móvil de donación de sangre, debido a que este carro recorre tres puntos céntricos de la ciudad como ser: la plaza San Francisco, la avenida 16 de julio (prado paceño) y la plaza Bicentenario (atrio de la UMSA).

Por tal motivo al tratarse de un universo demasiado grande, se toma en cuenta al autor Ronal Fischer quien señala que para establecer una relación entre variables independientes y dependientes se recomienda considerar como mínimo de 40 a 60 casos.

La formula

$$n = \frac{Z_1(\vartheta/2) \times \vartheta^2}{Z_1(\vartheta/2) \times \vartheta^2 + (N - 1)e^2}$$

$Z_1(\vartheta/2)$ Representa el nivel de confianza y estimada por otros estadistas, la misma corresponde a: 1.96

ϑ^2 Variante de la población o conocida o estimada por otros estadistas la misma corresponde a: 4

e^2 Impresión que se puede tolerar, la misma que corresponde a: 1.7

N Tamaño de la población la misma que está conformada por la totalidad de unidades de análisis.

n Tamaño de la muestra, es el número que se quiera determinar.

La fracción $\frac{n}{N} \div \frac{Nn}{N}$, en este caso $X \div 100 \times (100) = X\%$ que resulta ser el porcentaje requerido para confianza de la muestra.

1.5.4 Localización del proyecto

El HEMOCENTRO – Banco de Sangre de Referencia Departamental de La Paz dependiente del Servicio Departamental de Salud de La Paz (SEDES) se dedica a extraer, procesar, y almacenar los diferentes hemocomponentes para su posterior transfusión. El Hemocentro de la ciudad de La Paz ha organizado de forma responsable la donación de sangre y de sus derivados desde su creación.

El presente proyecto se desarrollará en el HEMOCENTRO – BSRDLP éste se encuentra situado en el complejo hospitalario de Miraflores en la ciudad de La Paz, por la calle Claudio Sanjinés frente al instituto nacional del Tórax s/n.

1.5.5 Beneficiarios de la investigación

En el presente proyecto se distinguen dos tipos de beneficiarios: los beneficiarios directos y los beneficiarios indirectos

1.5.5.1 Beneficiarios Directos

Los beneficiarios directos del presente proyecto son:

- Personas víctimas de accidentes automovilísticos.
- Mujeres con complicaciones en su embarazo.
- Personas con intervenciones quirúrgicas.
- Personas con tratamientos oncológicos.

1.5.5.2 Beneficiarios Indirectos

- Los beneficiarios indirectos son los donadores quienes al momento de donar conocen su estado físico, les entregan una tarjeta de donante de sangre con su grupo sanguíneo, se les realiza un examen completo con una muestra de su sangre para descartar diferentes enfermedades.
- Con cada donación de sangre se logrará salvar a hasta tres vidas con la separación de los hemocomponentes. Los donadores no solo recibirán una capacitación respecto a lo que es la donación de sangre también se despejaran dudas frecuentes y culturales que impiden la donación.

Uno de los beneficios directos e indirectos es “la tarjeta de donante”, debido a que esta tarjeta contiene la información del donante al igual que las donaciones realizadas y tipo de sangre. Esta tarjeta puede ser usada por el donante y también por la familia en primera línea si la situación así lo requiere.

1.5.6 Tipo de Investigación

Para el presente proyecto se utilizará la investigación exploratoria descriptiva debido a la complejidad del tema es importante realizar una investigación basada en la información relacionada a la donación de sangre en específico las campañas desarrolladas para incentivar la cultura de donación de sangre, de esta forma se logrará aclarar y especificar el problema del presente proyecto.

La investigación exploratoria para Moreno

“Son aquellos trabajos donde la preocupación central consiste en determinar los orígenes los factores precipitantes o las causas que explican un determinado fenómeno, es decir este tipo de investigación gira en torno a la interrogante del ¿Por qué? Suceden ciertos fenómenos e

intenta proporcionar una explicación de sus fenómenos causales” (Moreno, Moreno, & Moreno, 2016, p. 33)

El presente proyecto no solo necesita responder a la pregunta de ¿Por qué? No existe una fuerte cultura de donación de sangre también necesita explicar las razones históricas o culturales de este hecho. Por tal motivo también se toma en cuenta la investigación descriptiva.

El autor Cazau (2006) indica que la investigación descriptiva es una descripción de los fenómenos de estudio también destaca la fortaleza de este tipo de investigación:

La investigación explicativa tiene un mayor alcance al buscar una explicación del fenómeno en cuestión, para lo que trata de establecer la naturaleza de la relación entre uno o más efectos o variables dependientes y una o más causas o variables independientes. (Cazau, 2006, p. 28)

La investigación descriptiva se destaca por asegurar que los datos recolectados son información adecuada para lograr un claro desarrollo del tema de investigación.

Es importan también indicar que la investigación descriptiva radica en la compilación de datos:

A menudo utiliza ayudas visuales tales como gráficos y tablas para ayudar en la comprensión de la distribución de los datos. Cuando en profundidad, las descripciones narrativas de un pequeño número de casos están involucradas, la investigación utiliza a la descripción como una herramienta para organizar los datos en patrones que surgen durante el análisis. Esos patrones ayudan a la mente en la comprensión del estudio cualitativo y sus implicaciones. (Glass & Hopkins, 1984, p. 192)

La investigación explicativa descriptiva es un método ideal para el presente proyecto ya que por ese medio se logrará fundamentalmente despejar y descubrir los principales problemas de la

investigación de tal forma se pueda profundizar y utilizar los datos obtenidos y formular una propuesta adecuada según el problema.

1.5.7. Aporte socio – comunicacional

La donación de sangre salva millones de vidas en el mundo, crear una cultura de donación voluntaria podría salvar millones más, las donaciones de sangre de forma voluntaria son muy escasas si bien es cierto que existen donantes por reposición estos bajo ciertas circunstancias pueden llegar a mentir para ser aceptados como donantes. En el caso de los donantes voluntarios este hecho es menos probable.

Las donaciones de sangre en muchos países africanos son una forma de asegurar la salud de los donantes, esto quiere decir que gracias a los chequeos médicos que se realizan los donantes, estos pueden controlar su salud.

Actualmente millones de vidas son salvadas gracias a los componentes que se extraen de la sangre.

La única forma de obtener estos componentes es con la donación de sangre ya que estos elementos no se pueden crear de forma artificial.

CAPÍTULO II

2 Marco Teórico

2.1 La comunicación social

2.1.1 Elementos básicos de la comunicación social

Los elementos básicos de la comunicación social son:

2.1.2 Emisor

El emisor es el creador y transmisor de mensaje, también es un grupo o individuo cuyos mensajes requieren la atención del público el elemento fundamental de la comunicación es la personalidad del emisor

2.1.3 El mensaje

El mensaje es un grupo limitado ordenado de elementos escogidos de un repertorio construyendo una secuencia de signos asociados según ciertas leyes. Todos los elementos presentados forman un complejo y ordenado sistema que ayuda a comunicar e informar para una mejor concepción del entorno.

El mensaje siempre está presente en cualquier modelo de comunicacional y tiene una finalidad la cual es convencer.

2.1.4 El medio

El medio de comunicación es el canal por cual se transmitirá el mensaje. Para este caso en particular el medio que se utilizará para el proyecto será la comunicación interpersonal y los

recursos audiovisuales, debido a la importancia de la información para este tipo de campaña es óptimo reforzar la idea y despejar dudas.

El objetivo de la campaña a desarrollarse solo se logrará teniendo un acercamiento más íntimo con el receptor.

2.1.5 El receptor

El receptor es aquella persona a quien va dirigido el mensaje. Los posibles donadores de sangre son el receptor de la presente campaña de información, se utilizará diversos mecanismos para atraer al receptor final.

2.2 Modelo de la comunicación

Un modelo de comunicación explica los hechos comunicativos.

Para este proyecto se utilizará un modelo de comunicación matemático, funcionalista conductista también llamado “el modelo de Shannon y Weaver” el modelo cuenta con cinco elementos principales: una fuente un transmisor, un canal, un receptor, un destino se incluye el ruido que otorga perturbación.

En 1948, Shannon y Weaver lanzaron una teoría matemática de la comunicación, casi al mismo tiempo que Laswell, elaboran su fórmula de cinco elementos. Se trata de un modelo de comunicación o, más exactamente, de una teoría de la información pensada en función de la cibernética. (Galeano, 1998, pág. 26)

A pesar de que el modelo fue lanzado en 1948 las características que lo definen son perfectamente utilizadas en la actualidad, el modelo fue pensado en las nuevas tecnologías de información de

comunicación TIC's en la actualidad el desarrollo de la misma ha logrado grandes avances en la comunicación.

El modelo de Shannon y Weaver es muy atractivo debido a su relativa sencillez y flexibilidad...No obstante, análisis más detenidos muestran que en realidad no es mucho más que un modelo E-R ampliado. Dicho modelo explica poco sobre la comunicación humana.”

(Galeano, 1998, pág. 26)

Si bien es cierto que el autor Galeano señala que con relación a otros modelos de comunicación el modelo matemático es más simple, también es importante destacar que debido a su diseño es ideal para el presente proyecto donde la comunicación se realizará por varios medios destacando los medios tecnológicos como las redes sociales.

2.3 Enfoque de la intervención

El enfoque interpersonal de Zaldívar plantea “La comunicación interpersonal puede ser considerada como el proceso de intercambios de mensajes entre dos o más personas, con la finalidad de alcanzar determinados objetivos”. (Zaldívar, 2003)

El enfoque de comunicación interpersonal destaca el desarrollo de la comunicación debido a los individuos con necesidad de comunicar, el desarrollo de la comunicación actual se centró en comunicar de forma masiva.

La comunicación interpersonal sigue siendo un elemento indispensable de la red de comunicación, tanto en los países en vías de desarrollo como en los desarrollados. En todas las sociedades hay un

sinfín de vías y medios de comunicación interpersonal que utilizan símbolos, lenguas y otros modos de expresión humana. En el mundo actual, los que permiten o facilitan la comunicación interpersonal son los medios de comunicación social y los diversos servicios que ofrecen las telecomunicaciones. (Montoya, 2009, pág. 11)

Como lo menciona Montoya la sociedad ha logrado desarrollar diversas formas de comunicarse y de comunicar, en la actualidad las redes sociales son un medio para comunicar y llegar a todo tipo de personas en el mundo.

Un punto muy importante para la comunicación es el feedback o retroalimentación para García “Casi todos concuerdan en que responde a necesidades, está influida por factores ambientales y exige feedback. Hasta aquí, sincronizan los preocupados por el tema” (García, 1996)

El enfoque destaca la importancia del feedback o retroalimentación que para el proyecto es fundamental solo de ese modo se logrará obtener los datos necesarios para lograr un desarrollo adecuado del objetivo principal.

CAPÍTULO III

3 Marco Conceptual

Para comprender mejor el proyecto a continuación se presentan los principales conceptos. Los términos que apoyarán esta intervención deben poder entenderse y la mejor forma es conociendo la definición de otros autores.

3.1 Sensibilización

Es primordial conocer que es la sensibilización para lograr el objetivo de la presente investigación es por ese motivo que se analizaran diferentes autores que describen que es la sensibilización.

El doctor en ciencias humanas Luis Javier Hernández Carmona indica que "...la sensibilidad puede y debe constituirse en conciencia del sujeto que le permita reconocerse humano dentro del espacio comunitario que interactúa a partir de la intersubjetividad y no simplemente a través de una relación de poder". (Hernández, 2014 p,234)

La psicóloga Ayerdi Urrutia Goretti define a la sensibilización como: "...conjunto de acciones que pretende influir sobre las ideas, percepciones, estereotipos, conceptos de las personas y de los grupos para provocar un cambio de actitudes en nuestras prácticas sociales, individuales y colectivas" (Urrutia, 2014 p,22.)

Es importante que, en los proyectos de sensibilización, se escuche la voz de todas las partes, fundamentalmente la de los grupos destinatarios y en especial la de las personas inmigrantes. Algunas condiciones que favorecen el desarrollo y la eficacia de las actuaciones de sensibilización:

- Dotar de recursos humanos y económicos específicos para el desarrollo de esta línea de trabajo.
- Definir de manera conjunta y compartida la estrategia a seguir por parte de la organización promotora.
- Identificar el papel de cada miembro del equipo de la organización en las iniciativas de sensibilización. (Urrutia, 2014 p,23.)

Para otras instituciones “La sensibilización es una actividad que forma parte de la cultura inclusiva y promueve la creación de actitudes positivas de respeto, solidaridad, valoración y tolerancia frente a la discapacidad...” (Ministerio de Educación de Ecuador, 2011)

Los autores Elar Botaños, Carmen Cabrera y Maria Olave en su tesis de maestría en gerencia social definen:

La sensibilización, como estrategia, proceso o componente, está presente en innumerables programas y proyectos de desarrollo y es considerada por estos como un factor importante para lograr el cambio de conductas y comportamientos en el público objetivo. Sin embargo, con frecuencia los programas reducen la sensibilización a procesos formativos o a la producción y distribución de materiales comunicativos, sin tener claramente definidos los objetivos de sensibilización y los cambios que se pretende lograr. (Botaños, Cabrera, & Olave, 2007 p,22.)

Para Gabriela Luna y Teodoro Pérez, sociólogos, la sensibilización

Es por ello que una estrategia para la sensibilización debe apuntar a los tres dominios en los que operan los seres humanos: pensar, sentir y actuar, y no dirigirse solo a la esfera cognitiva, como ha sido usual en las pedagogías que tienen una concepción del ser humano eminentemente racional, ya que esta visión desconoce o soslaya los otros componentes de la integralidad humana. (Luna & Perez, 2004p,38.)

3.2 Campaña

En primer lugar, se debe definir que es una campaña. La autora Sandra García, licenciada en comunicación social con especialidad en publicidad señala que “...cada campaña tiene un objetivo para cada tipo de problema, pero siempre con la meta de crear un cambio en cada individuo, favoreciendo a la sociedad.” (García, 2013 p.11)

De la presente definición se puede indicar que una campaña es la mejor herramienta para desarrollar problemas sociales, la finalidad de una campaña es, según García, la resolución de una problemática. En el presente proyecto es necesario plantear cambios que ayuden a la sociedad actual.

Una segunda definición es la de Alberto Borrini, quien es periodista en el periódico La Nación, el mismo señala que:

Las campañas de bien público están ayudando a la publicidad a ser percibida como comunicación. El público entiende fácilmente que las mismas técnicas y medios que se emplean para promover productos pueden ser sumamente eficaces también para despertar conciencias dormidas y recoger aportes individuales en una época en que las contribuciones oficiales y las donaciones de los grandes mecenas ya no alcanzan. (Borrini, 1998, p.21-22)

Borrini en su artículo del periódico La Nación señala que las campañas se han desarrollado con el tiempo. Si bien en un principio se desarrollaron para publicidad en los últimos años se ha logrado ver cambios favorables que ayudan a la concientización. Es una técnica fácil que también ayuda a la sociedad.

Para reforzar la idea de García es necesario citar a John Jones publicista para quien “En las campañas exitosas, las características racionales de la marca son demostradas invariablemente. El propósito de esto es dar un argumento racional...se busca darle al consumidor una racionalización”. (Jones, 1997, p.99)

Si una campaña es movida por las distintas características es importante destacar también que debe existir raciocinio en ellas. Como lo describe Jones, es importante demostrar que lo que se plantea es importante; el argumento que se utilizará debe apoyar al problema social con el cual se desarrollará el presente proyecto.

3.3 Campaña de cambio social

De acuerdo a Philip Kotler y Eduardo Robertolas campañas de cambio social deben contar por lo menos con cinco elementos esenciales:

Una campaña de cambio social "es un esfuerzo organizado conducido por un grupo (agente de cambio) que pretende convencer y otros (los destinatarios) de que acepten, modifiquen o abandonen, determinadas ideas, actitudes, prácticas y conductas. Y sus elementos más importantes son:

- a) Causa: un objetivo social que los agentes de cambio consideran que ofrecerá una respuesta acertada a un problema social.

- b) Agente de cambio: un individuo u organización que intenta generar un cambio social y lo que implica una campaña de cambio social.
- c) Destinatarios: individuos, grupos o poblaciones enteras que son el objetivo de los llamados al cambio.
- d) Canales: vías de comunicación y distribución a lo largo de las cuales se intercambian y transmiten hacia atrás y hacia delante la influencia y respuesta entre los agentes de cambio y los destinatarios.
- e) Estrategia de cambio: la dirección y el programa adoptados por un agente de cambio para llevar a cabo el cambio en las actitudes y conducta de los destinatarios.”(Kottler Philip, 2006 p,99.),

La campaña social es una referencia positiva para desarrollar una campaña comunicacional. Las características que proponen estos dos autores son muy importantes para desarrollar una acción social que es lo que se pretende lograr con este proyecto.

3.4 Cápsula Informativa

La capsula informativa es una herramienta que gracias a sus características logrará comunicar el mensaje para el público objetivo.

Las cápsulas informativas al ser un elemento audiovisual muy conciso tienen las siguientes características así lo destaca Cajal:

La cápsula informativa es un segmento informativo con una variedad de temas útiles de interés público, cuya función es difundir información actual. Por ejemplo, puede existir una

cápsula informativa sobre la forma de protegerse contra un virus, sobre formas seguras de conducir o sobre cómo utilizar una tecnología particular.” (Cajal Flores, 2020)

Las cápsulas informativas se desarrollan de forma eficaz con un determinado tema con información concreta de tal forma que se pueda informar y educar de forma sencilla y fácil para la comprensión del público objetivo.

Se debe dejar en claro que la capsula informativa no es ajena a la educación y gracias a ella también se puede llegar a la mayor cantidad de personas en un tiempo mínimo “...Las cápsulas informativas poseen información clara, breve, veraz, variada y útil. Con estas técnicas de objetivos y principios, se logra facilitar una mejor y más rápida comprensión de la información.” (Cajal Flores, 2020)

La eficacia de las cápsulas informativas deriva de cumplir con las características como tener información veraz, sintetizar la información y la brevedad para una mejor comprensión.

3.4 Cápsula televisiva

Se desarrollará también la definición de cápsula televisiva para lograr destacar su importancia como canal de emisión del mensaje. Las características del mismo ayudarán a una mejor difusión del mensaje.

Es primordial indicar que “Una cápsula informativa es un objeto digital que ofrece una información concisa y detallada mediante la combinación de imagen y sonido. Estas cápsulas ya abundan en los medios de comunicación...” (Saco de Larriva, Rodriguez, Gonzalez, & Muñoz, 2017, p 3.)

La cápsula televisiva es un recurso para desarrollar el proyecto, para los autores las cápsulas son el método perfecto para ofrecer información concisa, es necesario destacar que existen otros recursos visuales para difundir mensajes.

Para un mejor entendimiento se hace uso de la definición de (copyleft, 2009) “llamamos Cápsulas a las grabaciones audiovisuales de ofertas de conocimiento, introducciones audiovisuales a diferentes temáticas y experiencias personales...”.

Los audiovisuales son una gran forma de transmitir mensajes, solo las cápsulas ofrecen eficacia como lo describen otros autores, no se debe olvidar que en el mundo en el que vivimos el mensaje que se transmitirá debe ser claro y conciso.

Para no dejar más dudas es esencial describir que es una cápsula:

“Los nuevos recursos audiovisuales modifican los niveles de conocimiento y percepción de imágenes de ahí que por video-cápsula se entiende como un formato audiovisual de corta duración (no más de 10 minutos) que condensa información y mensajes a fin de acceder a receptores que pretenden encontrar materiales especializados sobre una disciplina o materia en particular. La producción de video-cápsulas contribuye, por lo tanto, a reforzar el nivel de conocimiento de los individuos, ya sea en la educación formal e informal.”

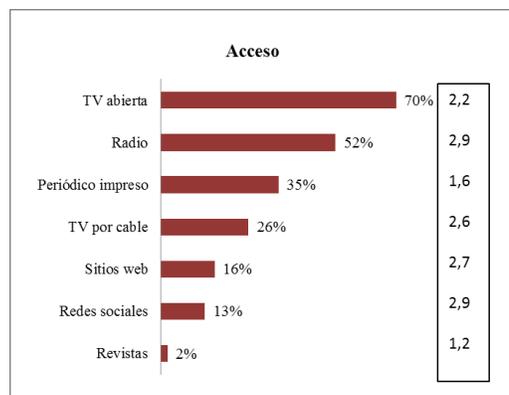
(FERNANDOTVBLOG, 2016)

La importancia de encontrar una herramienta adecuada para transmitir el mensaje es necesario, la duración de una cápsula informativa es uno de los aspectos más importantes debido a que su

duración es mínima se logrará transmitir de forma concisa el mensaje, este recurso audiovisual es adecuado para reforzar las ideas y brindar información clara al público meta.

Un dato primordial se obtiene de la Fundación UNIR Bolivia, a través del Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) realizada el 2012.

Gráfico 1 Acceso diario a medios de comunicación



Fuente: Fundación UNIR

Los medios más usados: la TV y la radio

La televisión abierta resultó el medio al que con más frecuencia se expone-accede la ciudadanía (70%), mientras que la radio se situó en el segundo lugar (52%). (Fundación UNIR, 2013p, 4-5.)

3.5 Redes Sociales

Las cápsulas también se difundirán por las diferentes Redes Sociales debido al público objetivo, se adaptarán para poder ser transmitidas por las RRSS del Hemocentro de la ciudad de La Paz.

Las Redes Sociales en la actualidad se han convertido en un medio de comunicación y difusión preferido por la población en general. Es importante destacar que gracias a este medio se puede tener un feedback (retroalimentación) de esta manera es posible responder las dudas del público objetivo.

Es decir, ya los medios de difusión involucran tanto los medios tradicionales como los espacios virtuales, dentro de los cuales destacan las redes sociales y los diversos mecanismos de interacción con grupos de personas con el apoyo de la tecnología. (Hutt Herrera, 2012, p. 122)

Celaya destacó la importancia y el cambio que generaron las redes sociales:

Internet está cambiando la sociedad y está transformando la manera en que las empresas venden sus productos y servicios. No hay que olvidar que las nuevas generaciones de consumidores identifican a una compañía y su marca según su experiencia en la WEB. (Celaya J. , 2008, p. 4)

Es importante mencionar el papel que desarrollan todas las redes sociales en especial Facebook “Es en la actualidad, el portal más representativo y usado a nivel mundial donde se pueden tejer redes sociales. Dentro de Facebook, podemos subir imágenes, videos, crear grupos, utilizar sus diversas aplicaciones, entre otros aspectos más que hacen de esta plataforma, la más exitosa” (unidad de visualización académica)

3.6 Infografías

Para lograr llegar de forma eficaz al público objetivo se propone realizar infografías para que este recurso informativo y visual logre comunicar y sensibilizar sobre donación de sangre.

Las infografías son un recurso visual útil para lograr una información eficiente tal como lo señala el Manual del Estilo del Clarín “Una infografía es una combinación de elementos visuales que aporta un despliegue gráfico de la información. Se utiliza fundamentalmente para brindar una información compleja mediante una presentación gráfica que puede sintetizar o esclarecer o hacer más atractiva su lectura”(Clarín/ Aguilar U.T.E, 1997)

Es cierto que cuando se toca temas complejos es difícil sintetizar la información de forma correcta es por ese motivo que la infografía utiliza ambos recursos tanto la información escrita como medios visuales para lograr mayor efectividad en lo que se desea comunicar.

Al ser un recurso comunicacional muy directo la infografía logra agregar un valor extra a lo que se desea informar y comunicar como lo señalan los autores Roney Menjívar

La infografía al estar organizada como un elemento de comunicación multimodal, da un valor agregado para transmitir o representar procesos y hechos, presentando de esta manera información con detalles que seguramente son difíciles de indicar a través del lenguaje escrito u oral únicamente. (Roney, Menjívar, & Liliana, 2015, p. 32)

Cuando se habla de temas muy técnicos o con terminología muy específica puede causar un ruido comunicacional de tal forma que no se entienda lo que se desea transmitir, es por ese motivo que la información concreta y la ayuda visual pueden lograr una mayor comprensión por parte del público objetivo.

Los recursos audiovisuales en medios masivos han logrado tener éxito inmediato, en la época actual no se debe dejar de lado la tecnología moderna y sobre todo las RRSS en las cuales las infografías se han convertido en recursos principales para informar y entretener como lo señala Valero:

La infografía digital, precisamente por sus posibilidades cinéticas, puede presentarse como una de las mejores formas de mostrar o relatar la actualidad. Así permite presentaciones temáticas descriptivas, narrativas e incluso interpretativas sin más limitaciones que las propias de los grandes medios audiovisuales. (Valero Sancho, 2008, p. 492)

Las Redes Sociales se consideran como medios masivos digitales que albergan información de todo tipo, mucha de esta información acompañada de recursos visuales. Las infografías logran aptarse a las nuevas tecnologías por sus características de comunicar e informar de forma concisa, precisa y visual.

3.7 Juegos Didácticos

Los juegos didácticos virtuales o presenciales son herramientas que lograrán mantener interesado al público objetivo al igual que otorgarán una evaluación de cuanto aprendió el público con las infografías y las cápsulas informativas.

Por este motivo es importa destacar algunos aspectos que clasifican el juego como un elemento que combina información, sensibilización y aprendizaje como sus principales características.

Los juegos pueden lograr generar gran interés en el público, pero este recurso también puede ser contraproducente como lo refleja Ortiz:

Sin duda el uso del juego didáctico favorece el proceso de enseñanza-aprendizaje, pero su uso de forma continuada y mecánica puede ser contraproducente desencadenando un uso simplista del mismo, generando tensiones y conflictos entre los participantes, o disminuyendo la motivación y el interés (Ortiz, 2005)

La interacción con el público a través de juegos puede resultar contraproducente si este es utilizado de manera constante, en el presente proyecto se utilizarán diferentes juegos con una temática general.

El juego didáctico o actividad lúdica, está dado por el hecho que en el mismo se combinan aspectos propios de la organización eficiente de la enseñanza: participación, dinamismo, entrenamiento, interpretación de papeles, colectividad, realimentación, modelación, obtención de resultados, iniciativa, carácter sistemático y competencia. (Bautista & y López, 2013)

Como lo señala Bautista y López los juegos lúdicos y didácticos combinan la participación, enseñanza y el entretenimiento haciendo que el público objetivo utilice todo el conocimiento adquirido, al mismo tiempo que brinda una retroalimentación de cuan informado se encuentra.

La relación de los juegos y el aprendizaje es natural como lo reflejan los autores Andrés y García “La relación entre juego y aprendizaje es natural; los verbos 'jugar' y 'aprender' confluyen. Ambos

vocablos consisten en superar obstáculos, encontrar el camino, entrenarse, deducir, inventar, adivinar y llegar a ganar... para pasarlo bien, para avanzar y mejorar” (Andrés & García, 2020)

Los juegos pueden mostrar el aprendizaje del público al mismo tiempo que se divierte y no resiente la presión de ser consultado sobre el nivel de aprendizaje adquirido durante las dinámicas.

El valor didáctico del juego está dado por el hecho de que en el mismo se combinan aspectos propios de la organización eficiente de la enseñanza: participación, dinamismo, entrenamiento, interpretación de papeles, colectividad, modelación, retroalimentación, carácter problemático, obtención de resultados completos, iniciativa, carácter sistémico y competencia. (Bautista J. M., 2002, p. 137)

El juego puede reflejar aspectos específicos al igual que generan en el ámbito social interacción y comunicación. En el presente proyecto este recurso logrará no solo tener una evaluación de la aprendido con las Cápsulas informativas y las infografías ayudará a que el público pueda sensibilizarse en el tema de donación de sangre.

3.8 Términos Médicos

Es importante conocer también las definiciones médicas que serán útiles para comprender la presente investigación. Una de las más importantes es la de la donación de sangre esta definición se encuentra en la ley 1687 de Medicina Transfusional y Bancos de Sangre.

De acuerdo al **artículo 1** de **La ley 1687** el donante de sangre:

Es la persona que, en forma voluntaria, libre y consciente, cumpliendo los requisitos reglamentarios y sin que ejerza presión alguna, entrega su sangre o algunos de sus componentes, sin retribución económica y a título gratuito para su utilización con fines preventivos, terapéuticos, de diagnóstico o de investigación. (EL HONORABLE CONGRESO NACIONAL, 1996)

Si bien por Ley el donante de sangre es una persona que no recibe retribución económica en la realidad no es del todo cierto, existen tres tipos de donante de sangre: están los donantes voluntarios, donantes por retribución y los donantes remunerados. Los donantes voluntarios lo hacen de forma altruista, los donantes por retribución lo hacen para un familiar o amigos que lo necesiten y los donantes remunerados son los que donan sangre recibiendo una retribución económica. Estos tres tipos de donantes coexisten según las necesidades.

La medicina transfusional “Es la parte de la medicina que trata del empleo de la sangre y sus aplicaciones como medio terapéutico. Es un término consagrado por el uso en la práctica médica hematológica”. (EL HONORABLE CONGRESO NACIONAL, 1996)

Las aplicaciones que se tienen para la sangre son diversas, la sangre es un recurso muy valioso para los diferentes procedimientos médicos, además la sangre no se puede crear de manera artificial es por ello que se necesita de donadores para ayudar a los distintos requerimientos médicos.

La hemoterapia “Es el tratamiento que se hace de algunas enfermedades utilizando la sangre como recurso terapéutico”. (EL HONORABLE CONGRESO NACIONAL, 1996)

CAPÍTULO IV

4 Marco Legal

En los siguientes párrafos se detallará el marco legal para la donación de sangre. Para dicho fin se toma en cuenta a **La Constitución Política del Estado, La Ley 1687 de Medicina Transfusional y Bancos De Sangre y el Decreto Supremo 24547.**

Se debe recalcar que el Sistema Nacional de Medicina Transfusional y Bancos de Sangre depende del Ministerio de Salud y su Programa Nacional de Sangre y el mismo coordina con el SEDES de cada departamento para colaborar y coordinar con los Bancos de Sangre locales. Lo detalla en la **Ley N 1687** y lo reitera en el **Decreto Supremo N 24547.**

La Constitución Política del Estado en su sección II bajo el título de derechos a la salud y a la seguridad social, en su artículo 43 hace referencia a la ley que regula las donaciones, trasplantes de células y tejidos bajo los principios de humanidad, solidaridad, oportunidad, gratuidad y eficiencia. (Congreso Nacional por la Asamblea Constituyente, 2009)

La ley 1687 de Medicina Transfusional y Bancos de Sangre del 26 de marzo de 1996. La cual define en su **artículo 1º** los siguientes términos: (EL HONORABLE CONGRESO NACIONAL, 1996)

- a) **Banco de sangre.** - Es el servicio especializado y encargado de la recolección, extracción, procesamiento, almacenamiento, conservación, fraccionamiento, control de calidad y distribución de sangre humana.
- b) **Servicio de transfusión.** - es la unidad encargada de las transfusiones de sangre que provienen de Bancos de sangre.

- c) **Hemoterapia.** - es el tratamiento que se realiza para algunas enfermedades donde se utiliza la sangre como recurso terapéutico.
- d) **Medicina transfusional.** - es la parte de la medicina que utiliza la sangre y sus aplicaciones como medio terapéutico.
- e) **Donante de sangre.** - es la persona que de forma voluntaria y cumpliendo los requisitos reglamentarios, entrega su sangre o algunos de sus componentes sin retribución económica.
- f) **Receptor de sangre.** - es la persona a la que se le realiza una transfusión de sangre o sus componentes.
- g) **Auto reserva de sangre.** - es la extracción de la sangre para guardarla y conservarla hasta su utilización.
- h) **Planta de hemo componentes.** - es el establecimiento que se dedica al fraccionamiento de forma industrial de la sangre o sus componentes, con el fin de obtener productos derivados de la misma para la medicina.

La ley en el capítulo II en su **artículo 2** refiere que el Estado boliviano declara de interés nacional todas las actividades relacionadas a la medicina transfusional y los bancos de sangre.

En el capítulo III bajo el título “Del organismo rector y las comisiones asesoras” que en su **artículo 8** da a conocer que la secretaria nacional de salud es el organismo encargado de la hemoterapia y la promoción para la captación de donantes. En los siguientes **artículos 9, 10, 11** se hace referencia a la creación de la comisión nacional asesora de hemoterapias y bancos de sangre compuesta por las siguientes instituciones:

- a) Colegio Médico Nacional, representado por la Sociedad Departamental de Hematología y Hemoterapia;
- b) Sociedad Boliviana de Bioquímica Clínica;
- c) Cruz Roja Boliviana;
- d) Organización Panamericana de la Salud (OPS) y Organización Mundial de la Salud (OMS), a través de sus representantes;
- e) El Sistema Universitario Nacional, mediante su representante.

En su capítulo IV **artículo 12** refiere que los bancos de sangre se aprovisionaran de sangre humana a través de donantes voluntarios y altruistas no remunerados. En el **artículo 13** indica que todas las extracciones se harán en establecimientos habilitados legalmente. En el **artículo 14** da a conocer que los servicios de transfusión tienen la obligación de realizar pruebas para detectar enfermedades como: hepatitis A, B, C, y D, para VIH, Chagas, Malaria entre otras. El **Artículo 16** indica que a todo donante voluntario se le entregara un “carnet de donante” en el cual se especifica grupo sanguíneo. Factor Rh y fecha de la última donación. El último **Artículo 17** indica que a sola presentación de donante se priorizara a este y a su familia en caso de necesitar transfusión sanguínea.

En su capítulo V de título “De los donantes de sangre” en su **artículo 18** queda prohibida la remuneración o comercialización de sangre y sus componentes. El **artículo 19** especifica que solo pueden donar sangre las personas entre 18 y 60 años. En su **artículo 20** detalla que no podrán ser donantes: las mujeres embarazadas hasta seis meses después del parto, personas con el virus de la hepatitis A, B, C, y D, personas con el virus del VIH o portadoras del SIDA.

En su **artículo 21** describe que la cantidad máxima de extracción de sangre a cada donante es de 500ml incluido el anticoagulante. El **artículo 22** indica que queda prohibida la donación de sangre si el donante conoce de alguna condición patológica y transmisible.

En el capítulo VIII “De la Cruz Roja Boliviana” en su **artículo 26** define que esta institución pública promoverá la donación altruista de sangre y participará en la información y actualización a la población sobre el uso apropiado de la sangre.

El Decreto Supremo N° 24547 instituido el 31 de marzo de 1997, complementa con la Ley de Medicina Transfusional. En su **artículo 1** especifica que todos los servicios de transfusión de sangre se rigen por la ley de Medicina Transfusional y Bancos de sangre y el presente Decreto Supremo.

En el **artículo 3** crea el Sistema Nacional de Medicina Transfusional y Bancos de Sangre que es el conjunto de instituciones que evalúan y asesoran en la materia como:

- a) Son instancias técnico-normativas, operativas y evaluadoras:
- b) Secretaría Nacional de Salud
- c) Centro de Referencia Normativo Nacional de Medicina Transfusional y Bancos de Sangre.
- d) Direcciones Departamentales de Salud
- e) Centros de Referencia Regionales (Departamentales).
- f) Bancos de Sangre Locales.
- g) Servicios de Transfusión.
- h) Son instancias asesoras:

- Comisión Nacional Asesora de Hemoterapia y Bancos de Sangre.
- Comisiones Asesoras de Hemoterapia y Bancos de Sangre Regionales (Departamentales).

El **artículo 4** puntualiza que en el presente decreto la Secretaria Nacional de Salud tiene las siguientes responsabilidades: hacer cumplir la ley N°1687, normar y regular el funcionamiento del sistema, promover y coordinar con diferentes sociedades y universidades en la elaboración de protocolos y programas de educación para el desarrollo del sistema estos son los principales.

En el **artículo 9** sobre bancos de sangre locales son las encargadas de operativizar las técnicas de la medicina transfusional e informar sobre sus actividades a direcciones departamentales y al centro de referencia regional respectivo.

El **artículo 14** denominado “Del Donante y Receptor De Sangre” especifica en su primera sección que todas las donaciones de sangre son voluntarias altruistas y no remuneradas. En su sección dos define que todo donante debe cumplir requisitos como no haber consumido alimentos grasos seis horas antes de la donación, no haber ingerido bebidas alcohólicas, no consumir drogas entre los principales. En su última sección especifica que los varones pueden donar cuatro veces al año y las mujeres tres veces al año (por razones fisiológicas).

En el **artículo 15** puntualiza que para la donación de sangre se debe realizar un examen clínico que revelara: ausencia de enfermedades, peso corporal mayor a 50kg, pulsos normales entre 50 y 100 pulsaciones por minutos, presión arterial entre 90mmHg y 180mmHg y temperatura en rangos normales.

Por **Resolución Ministerial N° 0366** del 13 de junio de 2006 Bolivia se une a la celebración internacional del “Día del donante de sangre” para conmemorar que toda la sangre recolectada salva miles de vidas en diferentes emergencias. (Ministerio de Salud, 2006)

En los artículos antes mencionados se especifica todas las normas legales que se deben seguir para la donación de sangre. En los mismos se indican a los responsables legales y encargados de los bancos de sangre.

CAPÍTULO V

5 Marco referencial

El Hemocentro es el Banco de Sangre de Referencia Departamental de La Paz, es la institución responsable del manejo de sangre y se atiende a la población con diferentes hemocomponentes de los 8 grupos sanguíneos, con un servicio de calidad y sangre segura con certificación ISO 9001:2015, dependiente del Servicio Departamental de Salud de La Paz (SEDES).

5.1 Hemocentro Banco de Sangre de Referencia Departamental de La Paz

5.1.1 Historia

A partir del año 1922 se realizaron las primeras transfusiones por el Prof. Dr. Félix Veintemillas con la técnica Durgens y Moss, posteriormente los doctores Dr. Bruno Boheme y el Dr. José Valle realizaron transfusiones por método directo, pero fue el Prof. Dr. Jorge Ergueta Collao quien en el otrora Hospital General de Miraflores institucionalizaría el servicio de transfusión el año 1941 y elevado el año 1942 a Banco de Sangre, adquiriendo por sus propios medios la jeringa de Cerruti y el aparato de Jouvelet y otro equipamiento como el primer refrigerador para bolsas de sangre donado por el Rotary Club.

El año 1981, mediante RM N° 0599, es reconocido como Centro de Referencia Nacional por el Ministerio de Salud a solicitud de instancias internacionales.

El año 1985, dando cumplimiento a las resoluciones de OMS/OPS que instó a todos los Estados miembros a crear leyes específicas relacionadas a la Medicina Transfusional tras la aparición el año 1981 del VIH/SIDA, se logra la promulgación de la Ley Boliviana N° 1687 el 26 de marzo de 1996 y su Decreto Supremo Reglamentario N° 24547 del 31 de Marzo de 1997, después de una concertación con todos los sectores involucrados, creándose la Red Nacional de Servicios de

Sangre motivo de la promulgación de la Ley de la República N° 1994 del 28 de julio de 1999 referida al Programa del Escudo Epidemiológico del Estado Plurinacional de Bolivia y apoyo a la Reforma del Sector Salud mediante R.M.D.E.16/99 creándose el proyecto BOL/99/001 “Programa Escudo Epidemiológico Boliviano y Apoyo al Programa ampliado de Inmunizaciones”- Préstamo BID 1031/SF-BO-Solicitud varios, donde se incluye el desarrollo y fortalecimiento de los Bancos de Sangre Públicos y para ello el subcomponente Programa Nacional de sangre el año 2002.

El año 2010 el Ministerio de Salud invita a la Dra. María del Carmen García de Luna Orosco para llevar adelante dicho programa sin remuneración alguna salvo los pagos emergentes para la transformación histórica existente a dicha fecha a nivel país y el desarrollo de la Red Nacional de Seguridad Sanguínea del Estado Plurinacional de Bolivia, incluyendo la acreditación de los Bancos de Sangre de Referencia Departamental y Servicios de Transfusión Públicos, hasta el mes de octubre de 2014, fecha en que se concluye con cada uno de los puntos enmarcados en el contrato de préstamo y la renuncia de la Dra. García.

En este periodo de tiempo desde el HEMOCENTRO-BSRDLP como Centro de Referencia Nacional hubo aportes de carácter institucional por ejemplo la Norma Boliviana 69014 de “Residuos líquidos envasados, generados en establecimientos que prestan servicios de sangre”, “Requisitos para el mantenimiento de infraestructuras”, “Sistema de Hemovigilancia” y la obligatoriedad de contar con un “Sistema de Gestión de Calidad ISO”, situación que se cumplió en el HEMOCENTRO-BSRDLP a partir del año 2007, habiendo logrado el año 2017 la NB/ISO 9001:2015 por IBNORCA, AFNOR (Francia) e IQNET Internacional, como el primer establecimiento en Latinoamérica y a nivel administrativo, dando cumplimiento estricto de las normas legales generales, en el campo administrativo con un sistema informático integral integrado en los registros nacionales a través del Gobierno Autónomo Municipal hasta el año 2013. Motivo

de la Ley N° 031 del 19 de julio de 2010, se transfiere la Entidad a tuición del Gobierno Autónomo Departamental de La Paz, con una dependencia administrativa y se emite la Resolución N° 070 ratificando el control técnico funcional y de servicios al SEDES La Paz.

De los 49 documentos institucionales normativos del HEMOCENTRO-BSRDLP, 10 fueron consensuados a nivel nacional y revisados a nivel internacional, publicados y difundidos con el aval del Ministerio de Salud y OMS/OPS, además de trabajos de investigación debidamente publicados y presentados en eventos científicos nacionales e internacionales, con la conclusión de una “Maestría Internacional en Gestión de la Calidad de Medicina Transfusional” llevada a cabo los años 2013 y 2014 con el apoyo del Estado de Chile y Gobierno Español para 65 médicos y 10 bioquímicas seleccionados por los SEDES Departamentales del país sin costo alguno con reconocimiento del CUB hasta la conclusión del mismo, debiendo solamente correr los maestrantes con los gastos de la certificación y/o titulación.

5.1.2 Misión

Como HEMOCENTRO-Banco de Sangre de Referencia Departamental de La Paz, en su calidad y condición legal de Centro de Referencia Nacional, responde a las necesidades terapéuticas con Sangre Segura a la sociedad en general en el marco de la interculturalidad, género y generacional, sin distinción ni restricción de ninguna índole, respetando culturas, creencias religiosas y saberes ancestrales. Para ello articulamos en forma planificada, coherente, dinámica, flexible, organizada, integral e integrada nuestras actividades con los servicios de transfusión hospitalarios, públicos, privados, de la Seguridad Social y centros de almacenamiento y distribución hospitalaria; enfatizando la exigencia de velar por el uso racional y adecuado de los productos sanguíneos, la formación de recursos humanos responsables, competitivos, creativos con conciencia crítica, el aseguramiento de la calidad de los procesos de producción de hemocomponentes, la donación

voluntaria y altruista cumpliendo con todas las disposiciones emergentes de la normatividad legal vigente para entidades estatales.

5.1.3. Visión

Mantener en los próximos cinco años los mismos niveles de calidad como la primera empresa de salud pública de carácter social certificada ISO y acreditada con excelencia, sin fines de lucro de carácter corporativo y alcance departamental y nacional en lo referente a las funciones legales delegadas, desconcentrada administrativamente del GADLP y descentralizada funcionalmente del SEDES La Paz, con una administración transparente delegada, autofinanciable, capaz de responder rápidamente a las exigencias legales, desafíos ambientales y técnicos con responsabilidad, proactividad, dinamismo, flexibilidad, excelentes niveles de eficiencia y eficacia, requeridos para otorgar Sangre Segura como medio terapéutico en forma oportuna a quien la necesite, con atenciones de calidad, respetando principios éticos, bioéticos y valores humanos, sin discriminación de índole alguna, respetando culturas, religión y saberes ancestrales, alcanzando con ello la plena satisfacción de servir y el reconocimiento por la excelencia de gestión de los elementos que la componen, la calidad de los servicios ofertados y su rol eminentemente social.

5.1.4 Objetivos

Como objetivo principal tiene el distribuir hemocomponentes y servicios con calidad y niveles de seguridad contrastados para ofrecer a través de los Servicios de Transfusión una práctica transfusional eficaz, segura e individualizada a cada paciente, proteger al donante como fuente principal de la materia prima y evitar que este pueda sufrir cualquier tipo de reacción adversa como resultado de la donación mediante mecanismos legales de protección:

- Orientar el HEMOCENTRO-BSRDLP a satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes donadores y clientes internos, externos y usuarios con servicios personalizados con calidad y calidez.
- Preparar hemocomponentes asegurando la calidad de cada uno de los procesos y procedimientos para disminuir riesgos en el uso de la sangre como medio terapéutico.
- Ofertar productos de Sangre Segura, accesibles, oportunos, eficaces, eficientes, equitativos.
- Promover acciones coordinadas multisectoriales de prevención, promoción, recuperación y rehabilitación de la salud, con la participación social organizada de la comunidad.
- Desarrollar actividades académico científicas y de investigación en todas las áreas y disciplinas en las cuales incursionan las actividades del HEMOCENTRO-BSRDLP.
- Contribuir a la capacitación continúa de recursos humanos que requiere el desarrollo de un sistema corporativo integrado e integral de Medicina Transfusional.
- Promover actividades de proyección extramural.
- Ejercer herramientas comunicacionales para concienciar a la población en la donación voluntaria altruista no remunerada.
- Participar obligatoria y activamente en todas las Políticas de Salud emergentes del GADLP y de otros niveles nacionales, departamentales, municipales y locales.

Los principios y valores en los que se sustenta la empresa son:

1. TRANSPARENCIA
2. LEGITIMIDAD
3. LEGALIDAD
4. UNIVERSALIDAD

5. COMPETITIVIDAD
6. EXCELENCIA
7. PLURALISMO
8. TOLERANCIA
9. SOLIDARIDAD
10. JUSTICIA
11. CREATIVIDAD
12. LIBERTAD
13. RESPETO A LAS PERSONAS
14. HUMANISMO
15. DIGNIDAD
16. DEBER
17. FIRMEZA
18. VERDAD
19. LEALTAD

5.2 Información de Donaciones

Los donadores de sangre se someten a un examen médico donde se debe determinar si es apto para realizar la donación, además cada uno llena un formulario con su historia clínica para descartar cualquier enfermedad crónica.

Existen tres tipos de donadores de sangre:

- Los donadores de sangre por reposición.
- Los donadores de sangre voluntarios.

- Los donadores de sangre remunerados.

En el 2020 ante la cuarentana rígida impuesta por la emergencia sanitaria de la Covid-19 se recibieron solo de 30 a 40 donaciones por día en ese mismo año en el primer trimestre se obtuvieron 100 donaciones por día, esto supone una disminución de más del 60% de donaciones al día.

En la gestión del 2019 se recibieron alrededor de 100 a 90 donaciones diarias cabe destacar que dentro de este conteo se encuentran donaciones tanto por reposición como donaciones voluntarias.

En la gestión 2018 se recibieron alrededor de 70 a 80 donaciones diarias entre donadores por reposición y voluntarios. Las donaciones en esta última gestión subieron en comparación a las del 2017.

CAPÍTULO VI

6 Diagnóstico Comunicacional

6.1 Conocimiento de la problemática

La donación de sangre es un tema muy delicado al tratarse de la salud no solo de un individuo si no de varios. En el país existen diversas leyes que promueven y regulan la donación de sangre.

El Hemocentro de la ciudad de La Paz ha realizado diversos recursos comunicacionales para incentivar la donación de sangre de forma voluntaria, en el Hemocentro la mayoría de las donaciones de sangre se realizan por reposición es por tal motivo que se hacen recolecciones diarias con la unidad móvil del Hemocentro en diferentes puntos de la ciudad.

El Ministerio de Salud a través del Programa Nacional de Sangre efectúa capacitaciones a personal de salud para promover campañas de donación de sangre en todo el país.

6.2 Actitudes

El Hemocentro ha realizado diversas campañas para la recolección periódica en ferias al igual que la creación de material didáctico que incentive la donación de sangre. Los métodos se practican diariamente para incentivar las donaciones de sangre.

Las campañas de boca a boca son las más efectivas en cuestión de la captación de donantes de sangre, el Hemocentro realiza recolecciones diarias en conjunto con instituciones públicas, privadas y organizaciones sin fines de lucro.

6.3 Prácticas

El Hemocentro realiza conjuntamente con el Ministerio de Salud la feria anual por el “Día mundial del donante voluntario” con la ayuda de varias instituciones privadas y públicas se organiza una feria de información para incentivar a la población y así puedan convertirse en donantes voluntarios.

Se trabajan diversos recursos comunicacionales como ser: trípticos, folletos, flayers y banners con información sobre donación de sangre y los principales requisitos para realizar la donación.

6.4 Experiencias

Se realizó una encuesta diagnóstica para determinar los puntos específicos en los que se debe enfatizar el presente proyecto. Se utilizaron diversos instrumentos para recolectar datos tanto cuantitativos y cualitativos que ayudaran al desarrollo de la propuesta determinando los puntos en los que se debe enfatizar.

6.4.1 Recolección de datos

El proceso de recolección de datos e información para el presente proyecto, se hará posible gracias a la aplicación de diversos instrumentos tanto de medición cualitativa como de medición cuantitativa.

6.4.2 Observación directa

La observación directa permite tener una noción completa del objeto de estudio, en el caso de la temática del presente proyecto ayudará a la obtención de datos únicos y útiles los cuales no se podrían obtener con otro instrumento.

Es importante conocer a Roberto Hernández Sampieri y sus colaboradores (2000) donde da a conocer que al efectuar la observación lo que se busca es realismo y la interpretación del medio, esto ayudara a tener un entendimiento óptimo de la realidad que se analiza, la observación también lograra reunir información enfocada en la temática.

También es necesario conocer la clasificación que brinda Lindlof (1995) quien divide en “Observador como participante” y en “participante como observador” dependiendo de los datos que se requieran.

En el presente proyecto se utilizará al observador como participante de tal forma que el observador pueda obtener la información que requiere para despejar cualquier duda al mismo tiempo es importante destacar que dicha participación logrará que el observador tenga una mejor comprensión de la realidad.

6.4.3 La entrevista

La entrevista es un recurso didáctico que ayudará a comprender la postura de los entrevistados este instrumento estará estructurada siempre en forma de conversación de tal manera que el entrevistado se sienta con la confianza de responder libremente.

Es importante destacar que el autor Ander-Egg (1987) sostiene que existen dos modalidades de entrevista:

- **La entrevista estructurada** es la que se realiza en base a preguntas cerradas que están estrictamente preparadas y estandarizadas.
- **La entrevista no estructurada** es la que proporciona mayor libertad tanto al entrevistador como a la persona entrevistada a través de preguntas que son respondidas dentro de una conversación.

Es importante conocer estas conceptualizaciones debido a que en el presente proyecto se utilizó la entrevista no estructurada, también se debe destacar que la entrevista no estructurada brinda mejores resultados dentro de la temática que se aborda en el trabajo.

6.4.4 La encuesta

Por diversas razones, la encuesta es la técnica cuantitativa más reconocida y podría decirse que popular debido a su eficacia para obtener información, es una herramienta importante para poder obtener datos relevantes de la opinión pública.

La encuesta ha sido definida por el autor Rojas como: “una técnica que permite obtener información empírica sobre determinadas variables que quieren investigarse para hacer un análisis descriptivo de los problemas o fenómenos... Los instrumentos de la encuesta son el cuestionario y la cedula de entrevista. Encuestar significa, por tanto, aplicar alguno de estos instrumentos a una muestra de la población. En ellos se presentan datos generales de la misma: sexo, edad, ocupación escolaridad, nivel de ingresos, entre otros; y las preguntas que exploran el tema que se indaga, las cuales pueden ser abiertas y/o cerradas, dependiendo del objeto de estudio y de los propósitos de la investigación”. (Rojas Soriano, 1989)

6.4.5 Guía de observación

Se utilizó una guía de observación ya que es un instrumento que se basa en una lista de indicadores que orientan el trabajo enseñando aspectos que son relevantes y que sirven dentro del presente proyecto.

Se realizó observaciones de campo en tres días contemplando aspectos importantes que influyen en la donación de sangre.

La observación se realizó junto al carro de donación de sangre el cual realiza la recolección en diferentes puntos de la ciudad de La Paz captando donadores que están en las calles o que no pueden ir hasta el banco de sangre.

El primer día se realizó la observación en el Atrio Bicentenario de la UMSA.

Los siguientes puntos son los más sobresalientes dentro de la Observación Directa:

- Las personas que van en parejas por lo general logran convencerse de donar juntos.
- Tienen muchas preguntas sobre cuando donar y como es el protocolo.
- Muchos jóvenes desean donar, pero no tienen información adecuada.
- Los donadores realizan la donación cuando conocen la situación que se vive al buscar donadores.

El segundo día se realizó la observación en la Plaza San Francisco

Los siguientes puntos son los más sobresalientes dentro de la Observación Directa:

- La información adecuada es un punto clave para que se vuelvan donantes.
- Algunos jóvenes buscan información junto a sus padres.
- Existen muchas preguntas la principal es ¿Para quién son las donaciones que se recolectan?

El tercer día se realizó la observación en la Av. 16 de julio (Prado Paceño)

Los siguientes puntos son los más sobresalientes dentro de la Observación Directa:

- En este punto no existió tanta afluencia de gente como en los otros dos puntos.

- Las personas mayores son las mejores informadas.
- Muchos de los donadores que asistieron no lo hicieron por primera vez y conocen los procedimientos.

6.4.6 Guía de entrevista

En una entrevista en profundidad, el entrevistador es el responsable de recopilar la información de forma veraz, fidedigna y oportuna. Es su responsabilidad el buen desempeño y cooperación en cuanto a acompañar y desarrollar óptimamente el trabajo de campo, dado que no siempre se dispone de “una segunda oportunidad” para profundizar o aclarar la información obtenida durante el primer encuentro.

Se realizó una entrevista en profundidad a la encargada de comunicación del Banco de Sangre, la cual brindó información relevante sobre las campañas que se desarrollan a lo largo de su desempeño en el cargo.

6.4.7 Cuestionario

El presente proyecto utilizó el cuestionario para el diagnóstico, un cuestionario que se aplicó a sesenta personas que donaron por primera vez o pidieron información sobre donaciones de sangre. El cuestionario fue autosuministrado, pero antes se les explicó con qué fin se realizaron todas las preguntas.

La encuesta se realizó en tres días el 25, 27 y 28 de septiembre de 2018 en los cuales se acompañó al carro recolector de sangre que empezó su trabajo de 9:30 a 14:00 en la ciudad de La Paz con el fin de conocer información de hábitos en comunicación y conocimiento sobre donación de sangre.

Se realizó la encuesta en tres lugares de la ciudad de La Paz: en la plaza San Francisco, en la plaza del Bicentenario y en la Av. 16 de julio (Prado paceño).

Muestra de Encuestados

Según sexo y lugares donde se realizaron las encuestas

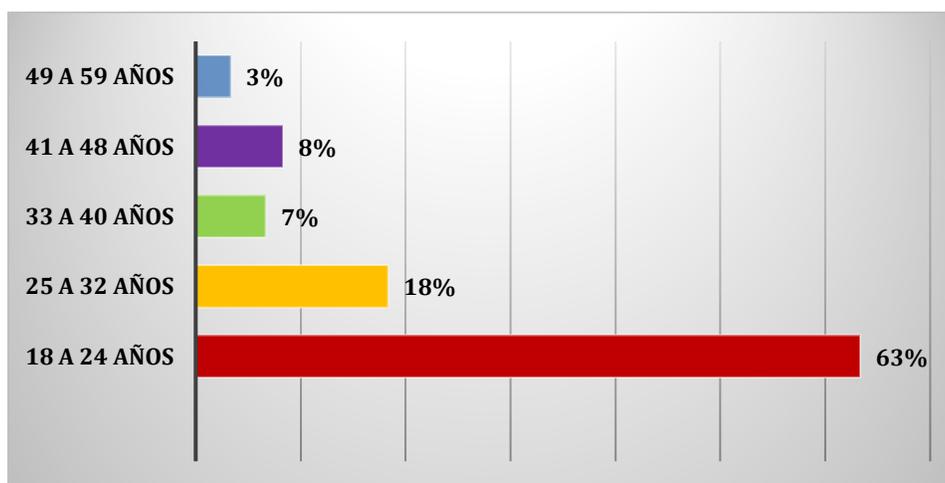
	Mujeres	Varones	Total
Plaza San Francisco	13	8	21
Plaza del Bicentenario	11	5	16
Av. 16 de julio (Prado paceño)	11	12	24
Total, General	35	25	60

Fuente: Elaboración propia

6.5 Interpretación de los resultados obtenidos del diagnóstico inicial

De todas las preguntas realizadas se tomaron los siguientes resultados como más importantes:

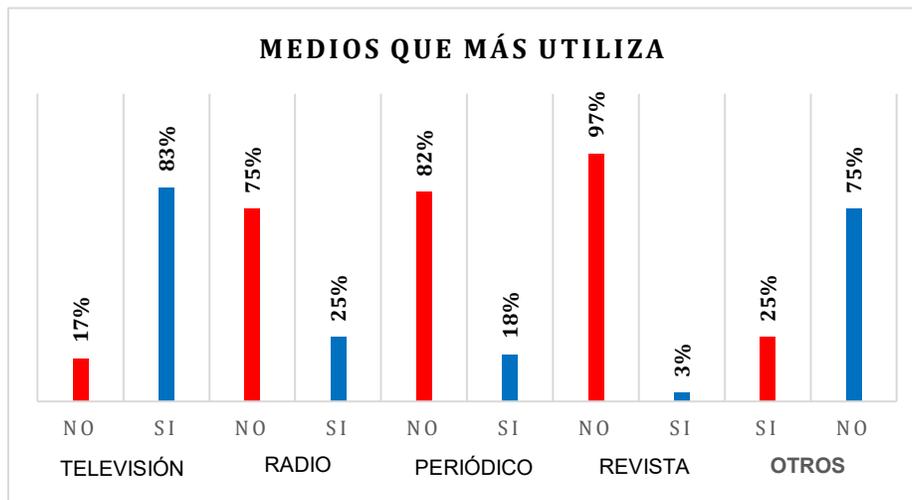
Gráfico 2: Edades de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

El 63% de los encuestados son jóvenes entre 18 a 24 años. El 18% son jóvenes entre 25 a 32 años. El otro tanto de la población en pequeños porcentajes va de 33 años a 59 años. Lo que refleja que son los jóvenes los que más donan sangre o quieren informarse.

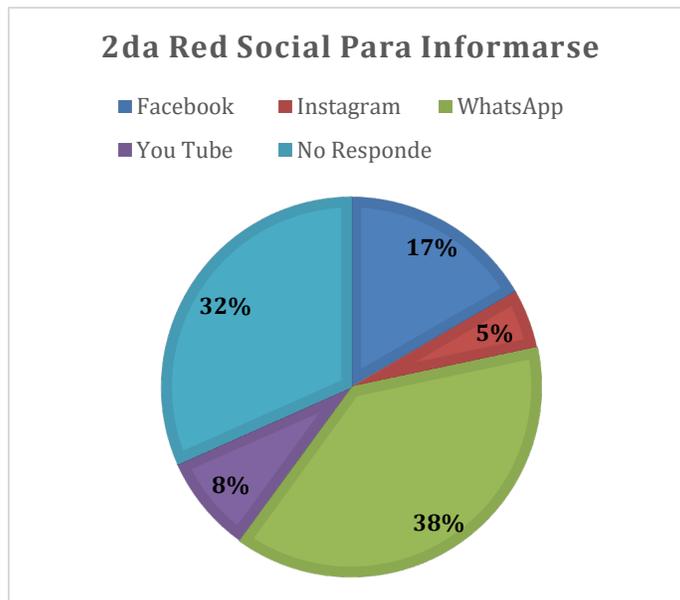
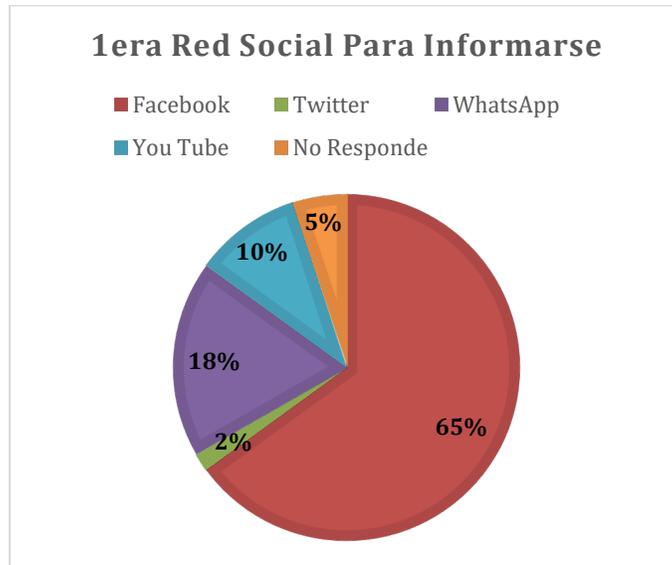
Gráfico 3: Medio de comunicación masiva que utiliza con más frecuencia



Fuente: Elaboración propia

Tal como se ve en el gráfico 3 el medio más utilizado por los encuestados es la televisión con el 83%, en segundo lugar, a gran distancia con un 25% se encuentra la radio, en tercer lugar, se encuentra el periódico con un 18% y en cuarto lugar las revistas con un 3%. Se debe tomar en cuenta que la pregunta abierta otros también tuvieron un porcentaje considerable de 25% donde los encuestados escribieron como opción el internet.

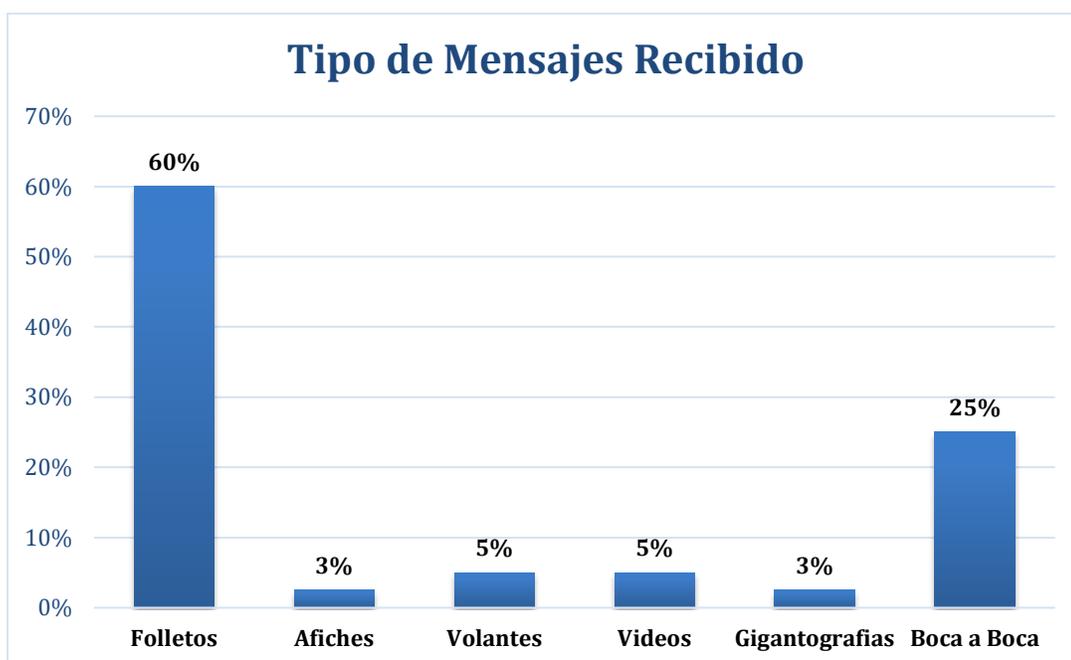
Gráfico 4: Redes Sociales que más utiliza.



Fuente: Elaboración propia

En la encuesta se preguntó ¿Qué redes sociales utiliza para informarse? Se les pidió marcar en orden de importancia de las 60 personas un 65% afirmó que es el Facebook su principal fuente para informarse, la segunda Red Social más utilizada es el WhatsApp con un 38%

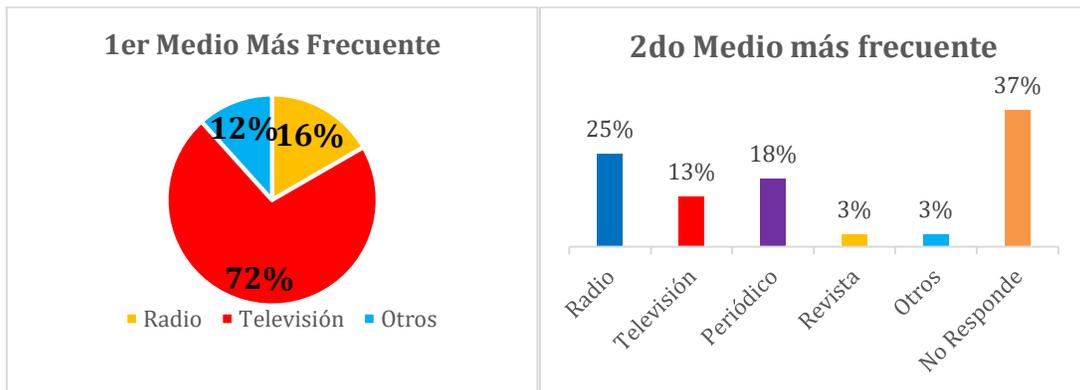
Gráfico 5: Tipos de Mensajes recibidos



Fuente: Elaboración Propia

Se realizó la siguiente pregunta ¿Qué tipo de mensaje ha recibido, escuchado o leído sobre la donación de sangre? el 53% respondió que, si recibió mensajes sobre donación de sangre, éste 53% se tomó como nuevo 100% de los cuales un 60% lo hizo a través de Folletos y un 25% recibió los mensajes de boca a boca lo que significa que hablaron con cada uno de ellos para informarles sobre las donaciones.

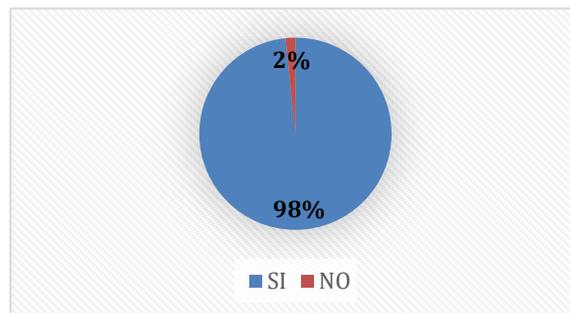
Gráfico 6: Medio de comunicación que utiliza para informarse con más frecuencia



Fuente: Elaboración propia

Se preguntó a los encuestados ¿Cuál es el medio que utiliza con más frecuencia para informarse? para esta pregunta se considera en orden de importancia jerarquizando el primero y segundo medio más frecuente. En primer lugar, como medio que utilizan con más frecuencia es la Televisión con 72%. El segundo medio utilizado de manera más frecuente es la radio con un 25%.

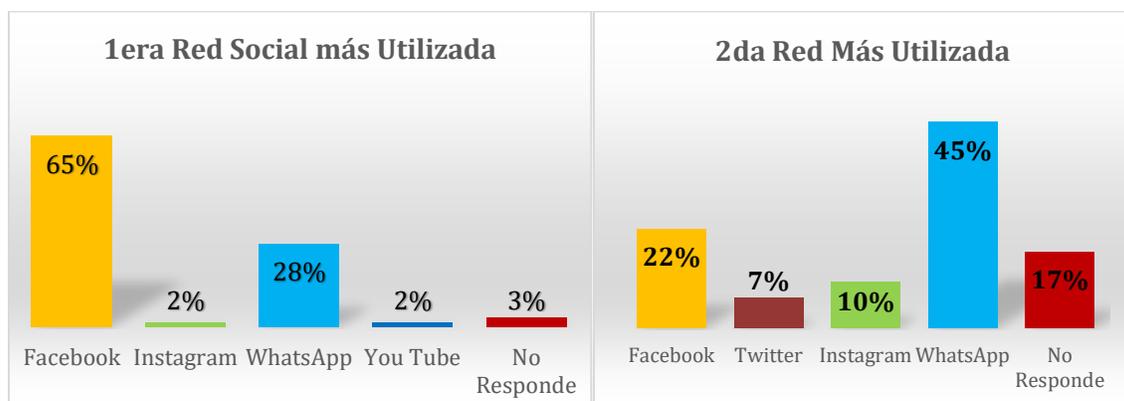
Gráfico 7: Utiliza redes sociales



Fuente: Elaboración propia

A la pregunta si ¿Utiliza redes sociales? el 98% de los encuestados utiliza Redes Sociales, solo un 2% de los 60 encuestados no utiliza estas plataformas virtuales.

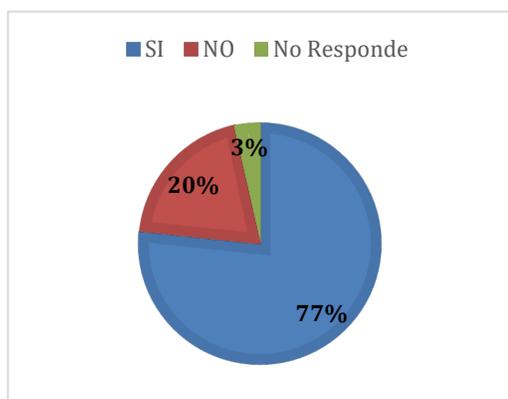
Gráfico 8: Red Social que utiliza con más frecuencia



Fuente: Elaboración propia

A los encuestados se les consulto ¿Cuáles son las redes sociales que más utiliza? Se debe considerar que se les pidió marcar jerarquizando como la primera y segunda red que más utilizaban. Los encuestados respondieron que la red social más utilizada es el Facebook con un 65%, en segundo lugar, se encuentra WhatsApp 45%.

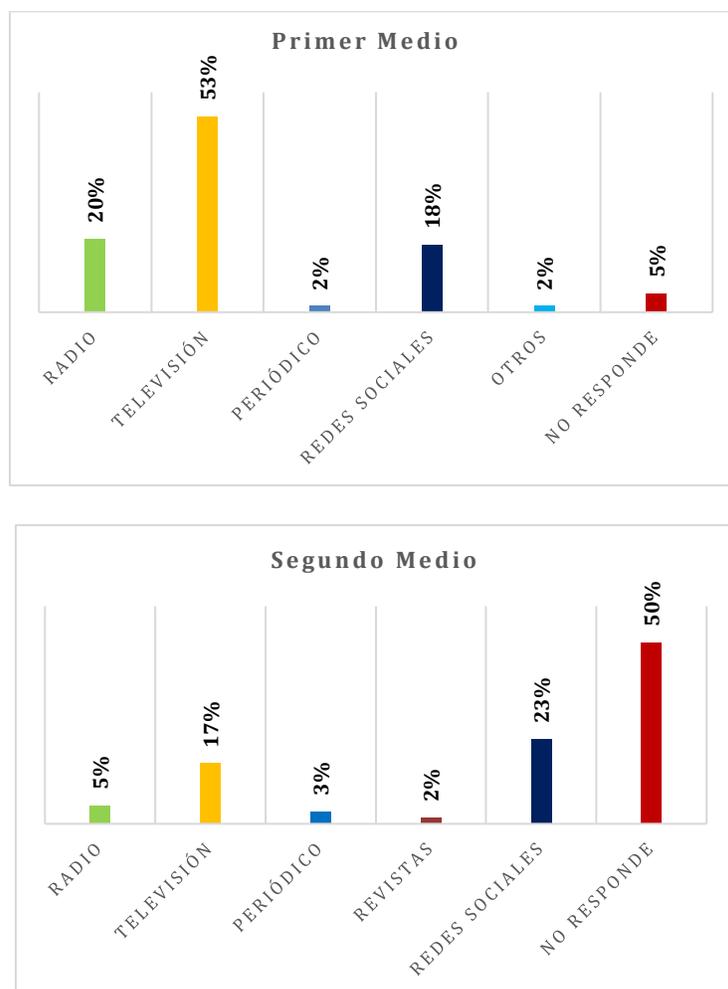
Gráfico 9: Ha visto o escuchado hablar de donaciones de sangre en medios de comunicación



Fuente: Elaboración propia

En la pregunta ¿Usted ha visto o escuchado hablar de las donaciones de sangre en medios de comunicación? el 77% de los encuestados han escuchado hablar sobre donaciones de sangre en diferentes medios de comunicación.

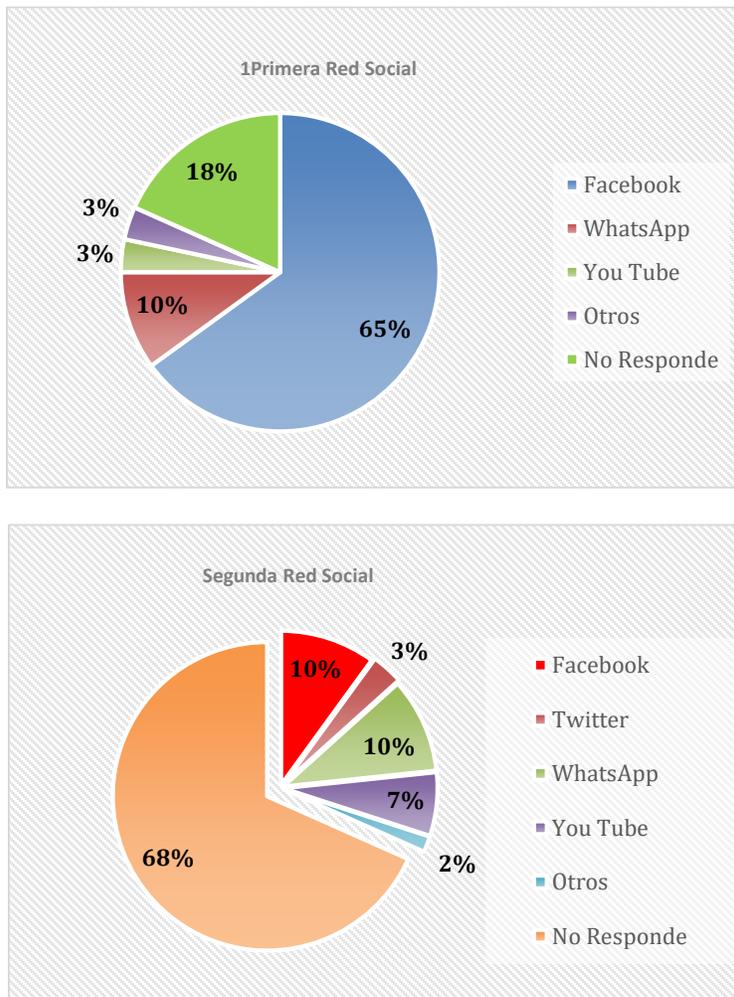
Gráfico 10: En que medios de comunicación escuchó hablar de donaciones de sangre con más frecuencia



Fuente: Elaboración propia

Se consultó: En que medios de comunicación escuchó hablar de donaciones de sangre con más frecuencia y se les pidió que marcaran en orden de importancia el 53% ha escuchado hablar de Donaciones de Sangre en la televisión seguido de la Radio con un 20% y Redes Sociales 18% como segundo medio donde escuchó de donaciones de sangre solo el 23% ha escuchado hablar de Donaciones de Sangre por las redes sociales seguido de televisión con un 17%, pero el 50% no ha escuchado hablar de donaciones de sangre por ello no respondió.

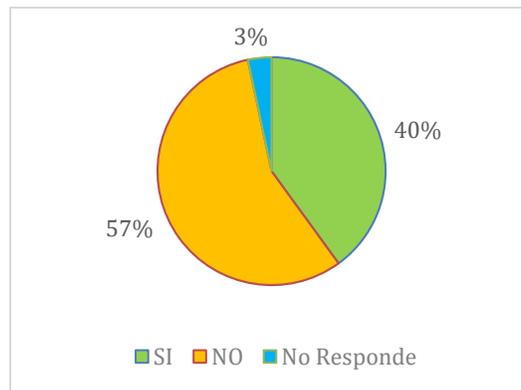
Gráfico 11: Red social donde ha escuchado hablar de donaciones de sangre.



Fuente: Elaboración propia

A los que respondieron afirmativamente que usaban redes sociales se les pregunto ¿En qué red social ha escuchado hablar de las donaciones de sangre? y se les pidió jerarquizar como la primera y segunda opción. Como primera red donde escuchó sobre donaciones respondieron el 65% ha escuchado de donaciones de sangre en Facebook. En la segunda red priorizada están con el 10% empatadas WhatsApp y Facebook, mientras que el 68% de los encuestados no ha escuchado de Donaciones de Sangre en otras redes sociales.

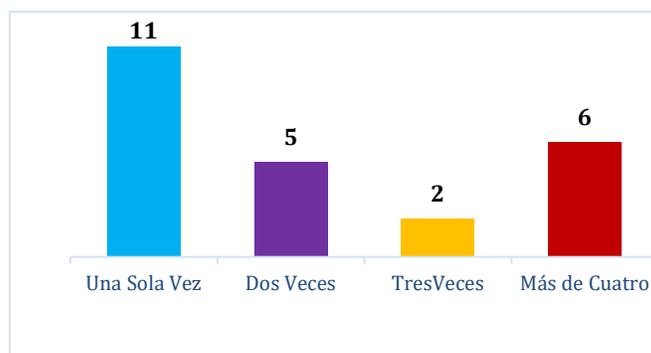
Gráfico 12: Ha donado sangre



Fuente: Elaboración propia

A los 60 encuestados se les preguntó ¿Usted ha donado sangre alguna vez? de todos los encuestados un 57% nunca ha Donado Sangre y un 40% lo hizo, aunque sea una vez. Después de esta pregunta para el 57% terminó la encuesta debido a que las siguientes preguntas eran con relación a las donaciones de sangre que realizaron anteriormente.

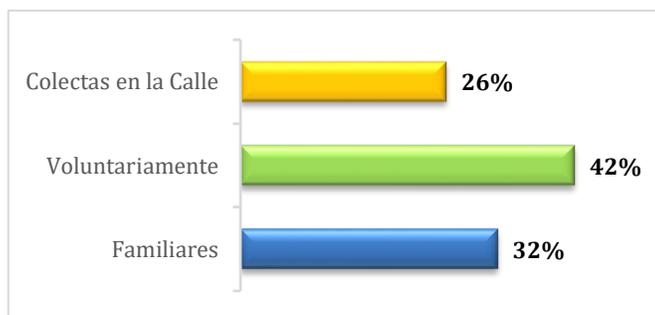
Gráfico 13: Cuántas veces ha donado



Fuente: Elaboración propia

De 60 personas consultadas solo 24 respondieron la siguiente pregunta ¿Cuántas veces ha donado sangre? eso quiere decir que solo el 40% lo hizo 11 personas han donado solo una vez, 5 personas han donado más de dos veces, 2 personas donaron más de tres veces y 6 personas lo hicieron más de cuatro veces.

Gráfico 14: En qué situación ha donado sangre



Fuente: Elaboración propia

A las personas consultadas se les preguntó ¿En qué situación ha donado sangre? el 42% lo hizo voluntariamente para un desconocido, seguido de personas que han donado sangre en colectas en la calle con el 32% y terminando con un 26% personas que han donado para un Familiar.

Gráfico 15: Volvería a donar sangre

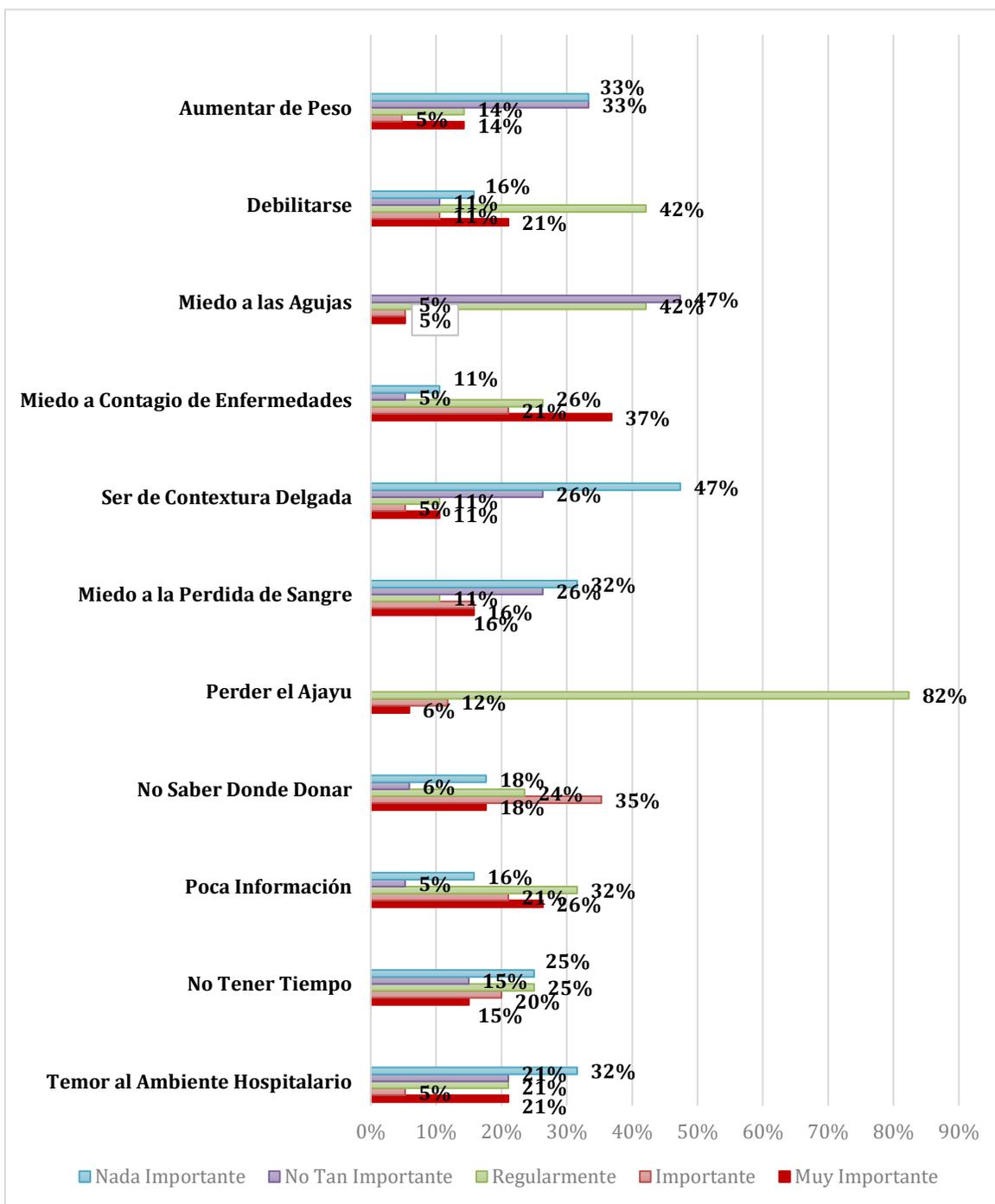


Fuente: Elaboración propia

A las 23 personas que llegaron hasta este punto de la encuesta se les preguntó ¿Volvería a donar sangre de manera voluntaria? con excepción de uno dijo que no volvería a donar sangre, 22 personas de los encuestados dijeron que si volverían a donar sangre.

De las 60 personas encuestadas solo 19 respondieron las siguientes preguntas bajo el título ¿De las siguientes razones para **NO VOLVER A DONAR SANGRE** cuales considera importante en el siguiente nivel del uno al cinco? En esta sección convirtiendo en esas 19 personas en el 100% de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados.

Gráfico 16: Razones para no donar sangre



Fuente: Elaboración propia

Se debe informar que todas estas razones son miedos comunes de la sociedad al donar sangre. Estos datos obtenidos ayudarán a formar un concepto para producir las cápsulas informativas.

SEGUNDA ETAPA

Propuesta

Capítulo VII

7 Propuesta

Finalmente, tras el diagnóstico realizado se procede a exponer la propuesta diseñada con base en los principios de comunicación, propios del paradigma, enfoque y modelo de comunicación. Demostrando que los resultados obtenidos en la investigación hacen posible fomentar la donación de sangre de forma voluntaria.

7.1 Desarrollo de la propuesta

La donación de sangre salva alrededor de tres vidas por cada donador, llegando a salvar alrededor de **2500 vidas** en un año según la Lic. Gabriela Farfán encargada de la Unidad de Comunicación del Hemocentro de la ciudad de La Paz. Los pacientes con enfermedades crónicas son más propensos y los que más necesitan de las donaciones de sangre.

En el mundo los donadores de sangre voluntarios son los más seguros debido a que lo hacen de forma altruista y no necesitan mentir con relación a su condición médica.

En el Estado Plurinacional de Bolivia según una encuesta realizada por el Ministerio de Salud en la gestión 2018 solo el 32,9% de todas las donaciones son de forma voluntaria.

7.1.1 Definición. –

El presente proyecto está enfocado en la difusión, la sensibilización y la información de tal forma que se puedan enfrentar a los mitos y creencias a cerca de la donación de sangre, esto se realizará a través de diferentes medios de comunicación en tres etapas:

- **Primera Etapa:** Se elaborarán tres diferentes infografías con los principales miedos y creencias sobre donación de sangre, estas se difundirán en las redes

sociales como Facebook e Instagram en las biografías oficiales y en las historias para lograr un mayor impacto en el público objetivo.

- **Segunda Etapa:** Se realizará un ciclo de tres cápsulas informativas con temáticas sobre los principales miedos o creencias acerca de la donación de sangre, de esa manera se logrará informar con datos certeros al público objetivo. Las cápsulas se difundirán en diferentes redes sociales y por un medio de televisión para socializar la información.
- **Tercera Etapa:** En esta etapa se darán charlas informativas sobre la donación de sangre, principalmente despejando dudas, miedos y explicando la importancia de esta labor, para lograr una mejor interacción se utilizarán juegos para medir el nivel de aprendizaje y concluirá con la donación de sangre.

7.1.2 Primera etapa de la Propuesta

La presente campaña está enfocada en informar al público objetivo, para que de esa manera las creencias negativas sobre la donación de sangre puedan ser cada vez mínimas. Si bien es cierto que existen diferentes campañas para incentivar la donación, en su mayoría estas se enfocan solo en explicar los requisitos para ser donante de sangre.

Las infografías estarán divididas en cuatro imágenes (mosaico) que se difundirán día por medio del 1 al 13 de junio estas lograrán informar, sensibilizar y responder las preguntas de la gente ha generado con frecuencia y de esa forma lograr una sensibilización sobre donación de sangre altruista.

Para esta etapa se difundirán las infografías en las Redes Sociales más utilizadas por los jóvenes de 18 a 24 años como ser Facebook e Instagram, se publicarán en las biografías oficiales de estas plataformas virtuales, de igual forma se publicarán en las historias de las mismas habilitando un panel de preguntas y respuestas.

7.1.2.1 Contenido. –

El desarrollo de la presente etapa se hará de la siguiente manera:

- Temática
- Información
- Diseño

7.1.2.1.1 La Temática. –

La temática de cada infografía cubrirá las principales dudas que tiene el público para lograr un alcance más efectivo estas son:

- Donar sangre no te roba el Ajayu.
- Medidas de seguridad al donar.
- Información adecuada.

7.1.2.1.1.1 Infografía uno: “Donar sangre no te roba el Ajayu”

La infografía reflejará según las encuestas el principal miedo que tienen las personas al donar sangre la cual es que “donar sangre roba el ajayu” se explicará con imágenes y texto de manera explicativa y fácil para la comprensión del público objetivo.

7.1.2.1.1.2 Infografía dos: “Medidas de seguridad al donar”

En la infografía se resaltarán las principales medidas de seguridad que toma el Hemocentro de La Paz para resguardar la integridad de los donantes. Se utilizarán imágenes e información.

7.1.2.1.1.3 Infografía tres: “Información adecuada”

En la encuesta realizada a posibles donantes se destacó que muchas personas no tienen toda la información para realizar la donación de sangre. Es importante informar sobre dónde se pueden realizar las donaciones y sobretodo despejar las principales dudas de la donación de sangre.

7.1.2.1.2 Información. –

7.1.2.1.2.1 Infografía uno “Donar sangre no te roba el Ajayu”

Para la primera infografía se utilizará cuatro enunciados principales:

- El ajayu es la energía cósmica que genera y otorga el movimiento de la vida.
- Donar sangre no puede robar el ajayu.

- Donar sangre alimenta nuestro ajayu nuestro espíritu.
- Donar sangre puede salvar tres vidas.

7.1.2.1.2 Infografía dos “Medidas de seguridad al donar”

Para cuidar a los donantes de sangre los médicos y enfermeras toman todas las medidas de seguridad instituidas por la Organización Mundial de la Salud.

- Se realiza el llenado de la hoja de registro del donante para ver si el donante es apto.
- Se realiza un examen general controlando la hemoglobina, el pesaje y la temperatura.
- La enfermera o el médico revisan todos los instrumentos y le hacen conocer al donante que todos son nuevos.
- Se otorga un refrigerio para cuidar a los donantes.

7.1.2.1.2.3 Infografía tres “Información adecuada”

Muchos donantes no tienen la información adecuada de cómo y dónde pueden donar sangre.

Bajo la consigna de “puedes donar”

- Puedes donar sangre si tienes piercing o un tatuaje si paso ya un año de haberlo realizado.
- Las mujeres pueden donar cada 4 meses y los hombres cada 3 meses.
- Puedes realizar donaciones en el Hemocentro de la ciudad de La Paz de Lunes a viernes de 8:00 a 18:00 horas.
- Puedes realizar las donaciones en la Unidad Móvil del Hemocentro de 9:30 a 14:00 horas.

7.1.2.1.3 Diseño. –

7.1.2.1.3.1 Infografía uno “Donar sangre no te roba el Ajayu”



7.1.2.1.3 Infografía tres “Información adecuada”

Destruyendo mitos y creencias, construyendo cultura

“Información adecuada”

Destruyendo mitos y creencias, construyendo cultura

Infografía central con un círculo blanco que contiene iconos de un corazón, una mano, un estetoscopio, un tubo de ensayo, un globo de sangre y un cartel que dice 'HONORARY DONOR'. El círculo está rodeado por cuatro segmentos de colores: azul, magenta, amarillo y púrpura.

Puedes donar sangre si tienes piercing o un tatuaje si paso ya un año de haberlo realizado.

Las mujeres pueden donar cada 4 meses y los hombres cada 3 meses.

Puedes realizar donaciones en el Hemocentro de La Paz de Lunes a viernes de 8:00 a 18:00 horas.

Puedes realizar las donaciones en la Unidad Móvil del Hemocentro de 9:30 a 14:00 horas.

Destruyendo mitos y creencias, construyendo cultura

Destruyendo mitos y creencias, construyendo cultura

7.1.3 Segunda etapa de la propuesta

Se realizarán tres diferentes cápsulas informativas con los principales miedos y creencias que ha generado la gente a través del tiempo sobre la donación de sangre, estas cápsulas pretenden informar y sensibilizar sobre la donación de sangre.

La difusión de las cápsulas informativas se hará de forma inicial en el circuito cerrado de pantallas planas del Hemocentro, en una segunda instancia se hará un convenio mediante la responsabilidad social con la Universidad Mayor de San Andrés para poder pasar las cápsulas en las diferentes pantallas en cada una de sus facultades.

Los videos también serán difundidos a través de las diferentes Redes Sociales del Hemocentro para de esta forma poder lograr una retroalimentación que ayudara en la tercera etapa de la campaña de socialización y sensibilización.

7.1.3.1 Contenido. –

El desarrollo de la presente campaña se hará de la siguiente manera:

- El slogan
- Temática
- Carpeta de producción

7.1.3.1.1 El Slogan. –

El slogan que se manejará en todas las cápsulas televisivas será:

“Destruyendo mitos y creencias, construyendo cultura”

7.1.3.1.2 La Temática. –

La temática en cada una de las cápsulas serán distintas sin dejar de ser parte de la misma campaña, las temáticas son:

7.1.3.1.2.1 Cápsula uno: “Donar no te roba el ahayu”

Una de las preocupaciones más resaltantes durante la encuesta que se realizó fue que culturalmente la gente teme donar sangre pues se relaciona directamente con el alma. En la cultura boliviana el Ajayu es “espíritu” es por esa razón que la creencia de que al donar sangre puedes perder tu “Ajayu” es tan relevante, con la información adecuada se podrá desmitificar esta creencia.

7.1.3.1.2.2 Cápsula dos: “Medidas de seguridad al donar”

La población en general manifestó en la encuesta que un miedo muy importante para no donar sangre es el temor a contagiarse de enfermedades. Es importante informar a la población cuales son las medidas de seguridad que se toma en el banco de sangre para preservar la seguridad de los donantes.

La temática para las charlas informativas será una forma de despejar todas las dudas que surgen a los posibles donadores, pero sobre todo explicar todos los beneficios tanto directos como indirectos.

7.1.3.1.2.3 Cápsula tres: “Información adecuada”

La donación de sangre aun es un tabú en la sociedad, es por ese motivo que mucha gente no está informada sobre este acto de amor. La información de por qué se realiza la donación de

sangre, pero sobre todo dónde se realiza es muy importante de socializar para que la población se familiarice con la situación.

7.1.3.1.3 Carpeta de Producción

7.1.3.1.3.1 Sinopsis

7.1.3.1.3.1.1 Cápsula uno “Donar sangre no te roba el Ajayu”

La doctora Josefina nos informa lo importante que es donar sangre y las vidas que podemos salvar con este acto de amor y responde la pregunta frecuente ¿donar sangre te roba el ajayu? La doctora Josefina nos recuerda que el ajayu nuestro espíritu no se irá o lo robaran por donar sangre es importante en nuestra cultura “el ajayu” pero este no se irá o lo robaran por este gran acto de amor al contrario salvaremos vidas que necesitan de este elemento vital.

7.1.3.1.3.1.2 Cápsula dos “Medidas de seguridad al donar”

Nuestra amiga Eliza en esta ocasión nos comenta todas las medidas de seguridad que toma el personal de salud para que todos puedan donar de manera segura y con la confianza de volver a donar porque donar es un acto de amor. La donación voluntaria de sangre puede salvar la vida de miles de niños que luchan contra el cáncer.

7.1.3.1.3.1.3 Cápsula tres “Información adecuada”

Carlos nos comentará todos los requisitos que necesitamos para donar. Las vidas que podemos salvar con este acto de amor y sobre todo dónde lo podemos realizar junto a profesionales de la salud. No debemos olvidar que este hermoso acto salvará muchas vidas.

7.1.3.1.3.2 Guiones. –

7.1.3.1.3.2.1 Guion Literario Cápsula uno. - “Donar sangre no te roba el Ajayu”

DURACIÓN: 30 seg.

CÁPSULA 1

TÍTULO DEL GUION: “Donar sangre no te roba el Ajayu”

ACCIONES	DIÁLOGOS
ESCENA 1 Animación EXT. (fachada del Hemocentro) Animación de doctora hablando sobre la importancia de donar sangre.	Dra. Josefina: Hola amigos mi nombre es Josefina hoy quiero hablarles de lo importante que es donar sangre con la donación voluntaria podemos salvar tres vidas en diferentes circunstancias.
ESCENA 2 Animación con imágenes de apoyo de fondo INT. (instalaciones del Hemocentro)	VOZ EN OFF: Doctora Josefina es verdad que donar sangre puede robar mi ajayu.

<p>ESCENA 3</p> <p>Animación con imágenes de apoyo de fondo</p> <p>INT. (instalaciones del hemocentro)</p>	<p>Dra. Josefina: Muy buena pregunta pues, el ajayu en la cultura aymara es el espíritu, una energía cósmica que genera y otorga el movimiento de la vida. El donar sangre no robará tu ajayu en lugar de eso lo fortalecerá.</p>
<p>ESCENA 4</p> <p>Animación con imágenes de apoyo de fondo</p> <p>INT. (donadores sonriendo)</p>	<p>Dra. Josefina: Es importante estar informado sobre donación de sangre cualquier duda puede ser despejada en nuestras redes sociales. ¡Nos vemos a la próxima!</p>

7.1.3.1.3.2.2 Guion Literario Cápsula dos. - “Medidas de seguridad al donar”

DURACIÓN: 30 seg.

CÁPSULA 2

TÍTULO DEL GUION: “Medidas de seguridad al donar”

ACCIONES	DIÁLOGOS
<p>ESCENA 1</p> <p>Animación</p> <p>INT. (Persona Donando)</p> <p>Animación de una niña que habla sobre la importancia de donar sangre.</p>	<p>Eliza: Hola amigos mi nombre es Eliza hoy quiero explicarles cuales son las medidas de seguridad que toman los doctores y enfermeras para cuidar a los donantes.</p>

<p>ESCENA 2</p> <p>Animación</p> <p>INT. (Persona llenando sus datos)</p> <p>Animación de una niña que habla sobre la importancia de donar sangre.</p>	<p>Eliza: El primer paso al realizar la donación de sangre es:</p> <p>El registro de datos al cual debemos responder con la verdad pues son preguntas para cuidar nuestra salud.</p>
<p>ESCENA 3</p> <p>Animación</p> <p>INT. (Persona en su examen médico)</p> <p>Animación de una niña que habla sobre la importancia de donar sangre.</p>	<p>Eliza: el segundo paso es:</p> <p>La toma de nuestro peso debido a que debe ser más de 50 kg.</p> <p>Nos tomaran una muestra de hemoglobina con una pequeña aguja nueva y la cambiaran delante de nosotros para saber si somos aptos para donar.</p>
<p>ESCENA 4</p> <p>Animación</p> <p>INT. (Persona en su examen médico)</p> <p>Animación de una niña que habla sobre la importancia de donar sangre.</p>	<p>Eliza: El tercer paso es el examen médico y la entrevista para saber si estamos cumpliendo con los requisitos para donar, siempre debemos responder con la verdad.</p>
<p>ESCENA 5</p> <p>Animación</p> <p>INT. (mostrando los instrumentos)</p> <p>Animación de una niña que habla sobre la importancia de donar sangre.</p>	<p>Eliza: el cuarto paso es: si somos aptos para la donación nos preparan junto con todo el equipo para realizar la donación primero nos muestran los instrumentos que usaran y en el caso de las agujas y equipo de recepción de sangre es equipo nuevo lo abrirán delante de nosotros.</p>

<p>ESCENA 6</p> <p>Animación</p> <p>INT. (una persona sonriendo después de haber donado)</p> <p>Animación de una niña que habla sobre la importancia de donar sangre.</p>	<p>Eliza: Todos estos pasos son fundamentales para cuidar la salud de los donadores y hacer agradable su experiencia.</p>
<p>ESCENA 7</p> <p>Animación</p> <p>Imagen de fondo del hemocentro (las redes sociales en la pantalla)</p> <p>Animación de una niña que habla sobre la importancia de donar sangre.</p>	<p>Eliza: No olviden todas sus preguntas y dudas podemos responderlas en nuestras redes sociales. ¡Nos vemos a la próxima!</p>

7.1.3.1.3.2.3 Guion Literario Cápsula tres. - “Información adecuada”

DURACIÓN: 30 seg.

CÁPSULA 3

TÍTULO DEL GUION: “Información adecuada”

ACCIONES	DIÁLOGOS
<p>ESCENA 1</p> <p>Animación</p> <p>Imágenes de Apoyo</p>	<p>Carlos: Hola amigos mi nombre es Carlos hoy quiero hablarles de los requisitos para la donación de sangre.</p>

<p>Animación de un niño que habla sobre los requisitos de donar sangre y los lugares donde donar sangre.</p>	
<p>ESCENA 2</p> <p>Animación</p> <p>Mostrando un mosaico animado</p> <p>Animación de un niño que habla sobre los requisitos de donar sangre y los lugares donde donar sangre.</p>	<p>Carlos: Los requisitos principales para donar sangre son 6 el primero: No estar en ayunas.</p>
<p>ESCENA 3</p> <p>Animación</p> <p>Un mosaico mostrando población</p> <p>Animación de un niño que habla sobre los requisitos de donar sangre y los lugares donde donar sangre.</p>	<p>Carlos: El segundo requisito es tener entre 18 y 60 años.</p>
<p>ESCENA 4</p> <p>Animación</p> <p>Un mosaico mostrando los carnets de identidad</p> <p>Animación de un niño que habla sobre los requisitos de donar sangre y los lugares donde donar sangre.</p>	<p>Carlos: El tercer requisito es portar tu carnet de identidad</p>

<p>ESCENA 5</p> <p>Animación</p> <p>Un mosaico mostrando una persona sobre una balanza</p> <p>Animación de un niño que habla sobre los requisitos de donar sangre y los lugares donde donar sangre.</p>	<p>Carlos: El cuarto requisito es pesar más de 50 kilogramos</p>
<p>ESCENA 6</p> <p>Animación</p> <p>Un mosaico mostrando personas alimentándose sanamente</p> <p>Animación de un niño que habla sobre los requisitos de donar sangre y los lugares donde donar sangre.</p>	<p>Carlos: El quinto requisito es estar completamente sano.</p>
<p>ESCENA 7</p> <p>Animación</p> <p>Un mosaico mostrando personas con tatuajes y piercing</p> <p>Animación de un niño que habla sobre los requisitos de donar sangre y los lugares donde donar sangre.</p>	<p>Carlos: El sexto requisito es si tienes piercing o tatuajes debe haber pasado al menos un año para poder donar sangre.</p>
<p>ESCENA 8</p> <p>Animación</p>	<p>Carlos: Las donaciones de sangre se pueden realizar en el hemocentro ubicado en la calle</p>

<p>Imágenes de Apoyo de la infraestructura y la unidad móvil.</p> <p>Animación de un niño que habla sobre los requisitos de donar sangre y los lugares donde donar sangre.</p>	<p>Claudio Sanjinés en el complejo hospitalario de Miraflores. También puedes realizar las donaciones en la unidad móvil que se encuentra en el centro paceño.</p>
<p>ESCENA 9</p> <p>Animación</p> <p>Dos imágenes de la institución</p> <p>Animación de un niño que habla sobre los requisitos de donar sangre y los lugares donde donar sangre.</p>	<p>Carlos: Las donaciones de sangre se pueden realizar de lunes a viernes de 9:30 a 14:00 horas en la Unidad Móvil, en el Hemocentro de La Paz de lunes a viernes de 8:00 a 18:00 horas.</p>
<p>ESCENA 10</p> <p>Animación</p> <p>Imagen de fondo del hemocentro (las redes sociales en la pantalla)</p> <p>Animación de un niño que habla sobre los requisitos de donar sangre y los lugares donde donar sangre.</p>	<p>Carlos: No olviden todas sus preguntas y dudas podemos responderlas en nuestras redes sociales. ¡Nos vemos a la próxima!</p>

7.1.3.1.3.3 Guion Técnico. –

7.1.3.1.3.3.1 Guion Técnico Cápsula uno. -“Donar sangre no te roba el Ajayu”

ÍTEM	IMAGEN	AUDIO	PLANO	ANGULO	TRANSICIÓN	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO TOTAL	OBSERVACIÓN
1	Animación de Doctora frente al Hemocentro, se ve el Hemocentro de fondo	Voz Propia	Entero Detalle (tilt down)	Normal	Fundido	7 segundos	7 segundos	Música de fondo
2	Animación de Doctora hablando de fondo los equipos del Hemocentro	Voz Propia	General	Normal	Corte	5 segundos	12 segundos	Música de fondo

3	Animación explicando la pantalla compartida	Voz Propia	Entero	Normal	Fundido	7 segundos	19 segundos	Música de fondo
4	Animación de Doctora mostrando dirección y redes sociales del Hemocentro	Voz Propia	General	Normal	Corte	11 segundos	30 segundos	Música de fondo

7.1.3.1.3.3.2 Guion Técnico Cápsula dos.-“Medidas de seguridad al donar”

ÍTEM	IMAGEN	AUDIO	PLANO	ANGULO	TRANSICIÓN	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO TOTAL	OBSERVACIÓN
1	Animación de una niña	Voz Propia	Entero	Normal	Fundido	5 segundos	5 segundos	Música de fondo

	hablando y presentándose							
2	Animación de una niña mostrando a personas donando sangre	Voz Propia	Detalle	Normal	Corte	5 segundos	10 segundos	Música de fondo
3	Una persona en un examen médico la animación de la niña explica la situación	Voz Propia	Detalle Zoom out General	Normal	Fundido	5 segundos	15 segundos	Música de fondo
4	La animación de la niña	Voz Propia	General	Normal	Corte	5 segundos	20 segundos	Música de fondo

	explicando la entrevista médica							
5	Instrumental médico usado para la donación	Voz Propia	Detalle Paneo	Normal	Corte	3segundos	23 segundos	Música de fondo
6	Animación mostrando a una persona donando sangre.	Voz Propia	Entero	Normal	Fundido	4 segundos	27 segundos	Música de fondo
7	Animación presentando las redes sociales y dirección del Hemocentro	Voz Propia	General	Normal	Corte	3 segundos	30 segundos	Música de fondo

7.1.3.1.3.3.3 Guion Técnico Cápsula tres. - “Información adecuada”

ÍTEM	IMAGEN	AUDIO	PLANO	ANGULO	TRANSICIÓN	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO TOTAL	OBSERVACIÓN
1	Animación de un niño presentándose	Voz Propia	Entero	Normal	Corte	3segundos	3segundos	Música de fondo
2	La pantalla se divide en diferentes cuadros mostrando requisitos para donar sangre	Voz Propia	General	Normal	Corte	3segundos	6 segundos	Música de fondo
3	Jóvenes de diferentes edades y animación hablando	Voz Propia	Medio (Paneo)	Normal	Fundido	2 segundos	8 segundos	Música de fondo

4	Carnet de identidad y animación de niño explicando	Voz Propia	Detalle - Entero	Normal	Corte	3segundos	11 segundos	Música de fondo
5	Se ve una persona sobre una báscula y la animación del niño explicando	Voz Propia	Picado – General	Normal	Fundido	3 segundos	14 segundos	Música de fondo
6	Una persona haciendo ejercicio y la animación explicando	Voz Propia	Medio - Entero	Normal	Fundido	3segundos	17 segundos	Música de fondo
7	Se ve un joven con tatuajes y la animación explicando	Voz Propia	Medio (Tilt up)	Normal	Encadenado	3 segundos	20 segundos	Música de fondo

8	Se ve los diferentes puntos de donación de sangre	Voz Propia	Detalle - General	normal	Corte	4 segundos	24 segundos	Música de fondo
9	Personal del Hemocentro trabajando y animación explicando horario de atención	Voz Propia	General (paneo)	Normal	Difuminado	4 segundos	28 segundos	Música de fondo
10	Animación habla de las redes sociales y dirección del hemocentro	Voz Propia	General	Normal	Fundido	2 segundos	30 segundos	Música de fondo

7.1.3.1.3.4 HistoryBoard

7.1.3.1.3.4.1HistoryBoard Cápsula uno: “Donar sangre no te roba el Ajayu”



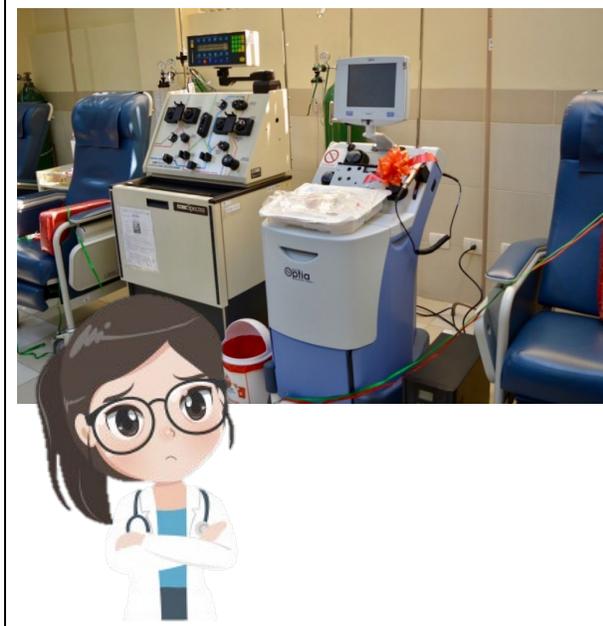
ITEM 1

ESCENA “1

PLANO/entero

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de una doctora frente a la pantalla y de fondo se puede ver las instalaciones del Hemocentro.



ITEM 2

ESCEN “2”

PLANO /general

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de una doctora respondiendo una pregunta.

	<p>ITEM 3</p> <p>ESCENA: “3”</p> <p>PLANO / entero/ detalle</p> <p>ANGULO/ normal</p> <p>Descripción: Se puede ver a una animación de una doctora frente a la pantalla hablando y mostrando las vidas que se puede salvar.</p>
	<p>ITEM 4</p> <p>ESCENA “4”</p> <p>PLANO/general</p> <p>ANGULO/ normal</p> <p>Descripción: Se puede ver a una animación de una doctora frente a la pantalla hablando y mostrando las redes sociales y de fondo el hemocentro.</p>

7.1.3.1.3.4.2HistoryBoard Cápsula dos: “Medidas de seguridad al donar”



ITEM 1

ESCENA “1”

PLANO/entero

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de una niña hablando y de fondo el personal médico.



ITEM 2

ESCEN “2”

PLANO /detalle

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de una niña a su lado un mosaico con diferentes situaciones que van desde pequeños a grandes.



ITEM 3

ESCENA: "3"

PLANO / entero/ detalle

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de una niña a su lado un mosaico se muestra a una persona en su examen médico.



ITEM 4

ESCENA "4"

PLANO/general

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de una niña a su lado un mosaico de pequeño a grande a una persona con el doctor contestando preguntas.



ITEM 5

ESCEN “5”

PLANO / Detalle

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de una niña a su lado se puede ver a los instrumentos que se usan para donación de sangre.



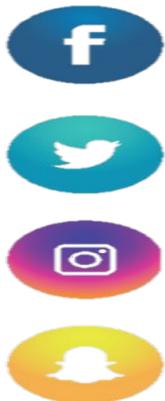
ITEM 6

ESCENA: “6”

PLANO /entero

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de una niña al fondo una persona donando sangre.



ITEM 7

ESCENA: “6”

PLANO /entero

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de una niña a su lado un mosaico de pequeño a grande de fondo el Hemocentro y las redes sociales en la pantalla.

7.1.3.1.3.4.3HistoryBoard Cápsula tres. - “Información adecuada”

	<p>ITEM 1</p> <p>ESCENA “1”</p> <p>PLANO/entero</p> <p>ANGULO/ normal</p> <p>Descripción: Se puede ver a una animación de un niño presentándose.</p>
	<p>ITEM 2</p> <p>ESCENA “2”</p> <p>PLANO /detalle</p> <p>ANGULO/ normal</p> <p>Descripción: Se puede ver a una animación de un niño y a su lado un mosaico sobre los requisitos de donar sangre y los lugares donde donar sangre.</p>



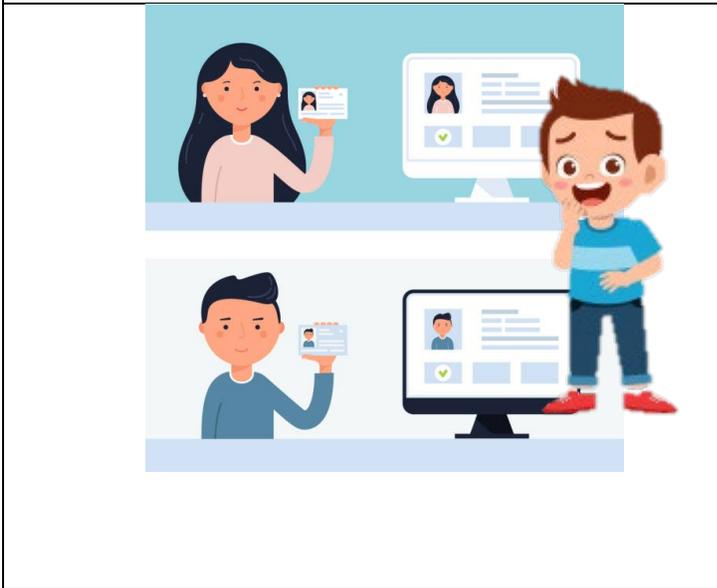
ITEM 3

ESCENA: “3”

PLANO / entero/ detalle

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de un niño mostrando uno de los primeros requisitos tener 18 años.



ITEM 4

ESCENA “4”

PLANO/general

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de un niño y el requisito es portar el carnet de identidad.



ITEM 5

ESCENA “5”

PLANO / Detalle

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de un niño otro de los requisitos es pesar más de 50 kilogramos.



ITEM 6

ESCENA “6”

PLANO /entero

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de un niño uno de los requisitos es estar completamente sano.



ITEM 7

ESCENA “7”

PLANO /entero

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de un niño un requisito es si tienes piercing o tatuajes debe haber pasado al menos un año para poder donar sangre.



ITEM 8

ESCENA “8”

PLANO/general

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de un niño explicando los lugares de donación



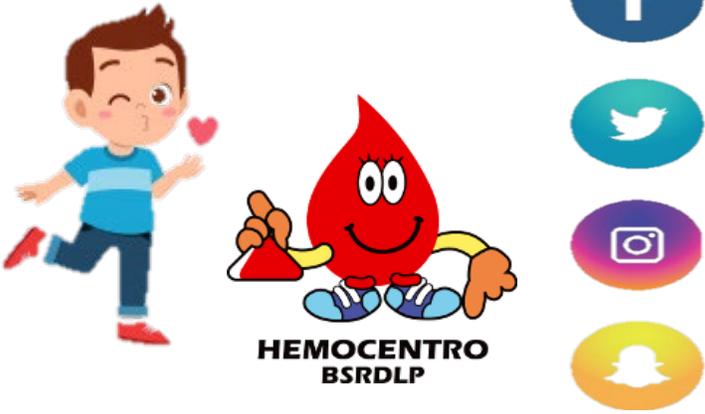
ITEM 9

ESCENA “9”

PLANO / Detalle

ANGULO/ normal

Descripción: Se puede ver a una animación de un niño informando el horario en las que atiende el Hemocentro.

 <p>HEMOCENTRO BSRDLP</p>	<p>ITEM 10</p> <p>ESCENA “10”</p> <p>PLANO / Detalle</p> <p>ANGULO/ normal</p> <p>Descripción: Se puede ver a una animación de un niño diciendo que las preguntas se pueden hacer en las redes sociales.</p>
---	---

7.1.4 Tercera etapa de la propuesta

En la última etapa se brindarán junto al personal del Hemocentro de la ciudad de La Paz charlas informativas con la premisa de lograr acabar con la desinformación sobre la donación de sangre, despejando dudas frecuentes, miedos y explicando la importancia de esta labor para lograr una mejor interacción, durante las charlas se utilizará juegos lúdicos y virtuales para medir el nivel de aprendizaje, de esta manera terminar con la incentivación para la donación de sangre.

Se organizará charlas informativas virtuales y/o presenciales (cuando la pandemia lo permita) junto al personal médico y especializado del Hemocentro con la finalidad de despejar dudas. Se realizarán las invitaciones para las charlas a cuatro paralelos de primer año de la facultad de medicina. Las charlas virtuales y/o presenciales se realizarán del 17 al 31 de mayo del 2021.

De la misma forma se invitará a los participantes que asistirán a las charlas a visitar la página de Facebook donde se transmitirán videos informativos con especialistas en el tema para poder despejar cualquier duda del público, los videos se difundirán a través de la plataforma de “Facebook live” debido a que de esta manera se logrará tener retroalimentación del público.

7.1.4.1 Contenido. –

El desarrollo de la presente etapa se hará de la siguiente manera:

- Charlas virtuales y juegos virtuales.
- Juegos presenciales y juegos lúdicos.
- Diseño

7.1.4.1.1 Charlas virtuales

Se organizarán charlas informativas en Facebook live explicando sobre cómo se realiza la donación de sangre, se interactuará con el público mediante juegos virtuales para lograr interesar e informar los resultados de los mismos pueden ser publicados en las redes sociales personales de cada usuario de esa manera se logrará llegar a más personas, al final de la misma se responderán las preguntas del público enviando a cada usuario las infografías y/o los videos según lo requieran para mantenerlos informados.

7.1.4.1.2 Juegos virtuales

Los juegos virtuales estarán disponibles a través de links en una plataforma gratuita para que los participantes puedan acceder de forma personal o grupal.

Se realizarán tres juegos virtuales con la principal temática para la “Donación de Sangre” en diferentes formatos como ser:

- Juego tipo test
- Juego tipo memoria (identificar la imagen)
- Juego de rol (para sensibilización)

7.1.4.1.2.1 Juego Tipo Test

Los juegos tipo test son formas dinámicas de comprobar el aprendizaje. Este juego logrará dar a conocer cuánto aprendió el público durante la charla, al mismo tiempo que se divierte y puede compartir sus resultados en sus redes sociales personales.

Se utilizará una plataforma gratuita donde ya se encuentra el juego el cual se puede compartir por un link o escanear por un QR.

7.1.4.1.2.2 Juego Tipo memoria

El juego tipo memoria logrará vincular las imágenes con la información correcta. Se utilizará una plataforma gratuita en la cual se encuentran cargadas diversas imágenes que hacen referencia a la donación de sangre.

Las imágenes que se utilizarán son referidas al Hemocentro como: dónde se encuentra el Hemocentro, cómo donar sangre, cuál es la Unidad Móvil del Hemocentro.

7.1.4.1.2.3 Juego de rol

El juego de rol se realizará después de la capacitación para lograr una sensibilización de la donación de sangre, de tal forma que también se puedan despejar dudas.

Se elegirán a dos personas y se les brindará dos tarjetas con un hecho en común con diferentes situaciones y se les pedirá resolver el problema de manera conjunta de esta manera se logrará empatía al mismo tiempo que se informará al público objetivo.

7.1.4.1.3 Charlas presenciales

Debido a la pandemia mundial de la Covid-19 las reuniones se cancelaron según el Decreto Supremo 4245 que especifica que debido a la emergencia sanitaria se cancelan los eventos festivos, políticos y todo tipo de reuniones que generen aglomeraciones dentro del territorio nacional. Una vez que las autoridades levanten esta prohibición se podrá invitar al público en general para participar de las charlas informativas que se realizarán en las instalaciones del Hemocentro de la

ciudad de La Paz donde se podrá brindar la información pertinente al final de las charlas se efectuarán los juegos lúdicos que logren sensibilizar a los participantes.

7.1.4.1.3.1 Juegos Lúdicos

Los juegos lúdicos se realizarán después de las charlas presenciales se jugará con todos los presentes en las charlas. Serán dos juegos diferentes con hechos y situaciones que dependiendo de las respuestas los harán avanzar o retroceder para llegar a la meta, también se realizará el juego Pictionary (juego interactivo donde se prueba el conocimiento a través de mímica y dibujos) con variantes para lograr la sensibilización del público.

7.1.4.2 Diseño. –

Se diseñó dos juegos lúdicos que implementan el conocimiento y la actividad física por parte de los participantes estos dos juegos tienen el objetivo de sensibilizar al público objetivo a través de la información.

El primer juego se denomina “**Llenando el corazón**”



Juego Llenando el corazón

El juego consiste en llenar uno de los corazones inflando los globos que se encuentran en el corazón a su lado se debe llenar el corazón vacío sin descuidar el primer corazón.

El objetivo es poder completar el corazón faltante y tener la misma cantidad de globos en ambos corazones para simbolizar la donación de sangre que beneficia no solo al que recibe la donación también al donante. De esta manera se pretende sensibilizar al público objetivo sobre la importancia de donar sangre.

El segundo juego se denomina “**Preguntas y dibujos**”

El juego consiste en responder preguntas y hacer dibujos a través de un dado que decide que deben hacer; responder preguntas o hacer dibujos para llegar a la meta todas las preguntas están relacionadas con los requisitos que se debe cumplir para donar sangre y la sección de dibujo se dicta al jugador una palabra relacionada a la medicina transfusional como la donación de sangre, cada jugador, aunque no conozca la palabra debe hacer el dibujo que le llegue a la mente.

El objetivo del juego es poder conocer o medir el nivel de conocimiento de los participantes con relación a la donación de sangre. No solo los requisitos también algunas palabras que resultan desconocidas para muchos de los participantes.



Juego de Preguntas y dibujos

8. Cronograma de actividad

Actividades	Meses																
	Marzo				Abril				Mayo				Junio				
Presentación de la campaña.	■	■	■	■													
Desarrollo de las Cápsulas.			■	■													
Organización de la campaña.					■	■	■	■									
Difusión de Cápsulas informativas.						■	■	■									
Difusión de Cápsulas para redes sociales.						■	■	■	■								
Charlas Informativas									■	■							
Evaluación											■						

9. Presupuesto

Material	Costo
Material de escritorio	50 bs
Renta de equipo audiovisual	500bs
Renta de espacio televisivo	50bs x segundo (costo medio entre diferentes redes televisivas)
Total	2.050,00bs

En una primera instancia se hablarán con algunos medios televisivos para poder difundir las cápsulas de forma gratuita apelando a la responsabilidad social de cada medio televisivo.

10. Referencia Bibliográfica

Álvarez-GayouJurgenson, J. L. (2002). *Cómo hacer investigación cualitativa*. México: Educador Paidós.

Andrés, M., & García, M. (s.f.). *Actividades lúdicas en la enseñanza de LFE*. Obtenido de El juego didáctico: <http://www.waece.org/enciclopedia/resultado2.php?id10110>

Bautista, J. M. (2002). *El juego didáctico como estrategia de atención a la diversidad*. 1-9.

Bautista, J., & y López, N. (04 de abril de 2013). *El juego didáctico como estrategia atención a la diversidad*. Obtenido de www.uhu.es/agora/version01/digital/numeros/04/04articulos/miscelanea/pdf_4/03.PDF

Cajal Flores, A. (19 de mayo de 2020). ¿Qué es una Cápsula Informativa? Obtenido de Lifeder:
<https://www.lifeder.com/capsula-informativa/>

Campero, A. (12 de junio de 2017). Salud promueve la donación de sangre con actividades en toda Bolivia. (Entrevistador un periodista) <https://www.minsalud.gob.bo/2450-salud-promueve-la-donacion-de-sangre-con-actividades-en-toda-bolivia>

Castells, M. (1997). La era de la Información: Economía Sociedad y Cultura. Madrid: Alianza.

Cazau, P. (marzo de 2006). Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales. (T. Edición, Ed.) Buenos Aires.

Celaya, J. (2008). La Empresa en la Web 2.0. Madrid: Grupo Planeta.

Celaya, J. (2008). La empresa en la WEB 2.0. España: Grupo Planeta.

Clarín/ Aguilar U.T.E. (1997). Manual de Estilo del Clarín. Buenos Aires: Arte Gráfico Editorial Argentino S.A. Clarín.

Climent, S. (2012). La Comunicación y las redes sociales. 3 ciencias, 2-9.

Congreso Nacional por la Asamblea Constituyente. (25 de enero de 2009). Constitución Política del Estado. Bolivia.

copyleft. (30 de marzo de 2009). Platoniq.net. Obtenido de Platoniq.Lab:
<http://platoniq.net/es/bcc/p/9/produccion-de-Cápsulas-audiovisuales/>

Cruz Roja Boliviana. (2012). Cruz Roja Convoca A Los Jóvenes A Donar Sangre. La Paz, Bolivia.

El Honorable Congreso Nacional. (26 De marzo De 1996). Ley de la Medicina Transfusional y Bancos de Sangre. Ley N 1687. Bolivia.

FERNANDOTVBLOG. (4 de noviembre de 2016). Manual de producción de video-cápsulas educativas. Obtenido de Manual de producción de video-cápsulas educativas: <http://manualdeproducciondevideoCápsulas.blogspot.in/2011/08/definicion-de-video-Cápsula.html?m=1>

Galeano, E. C. (1998). Modelos de Comunicación. Buenos Aires: Ediciones Macchi.

García, F. (1998). El Concepto de Información: Una Aproximación Transdisciplinar. Revista General de Información y Documentación, Vol.8,, 304-326.

García, M. (1996). Comunicación y Relaciones Interpersonales. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

Glass, G., & Hopkins, K. (1984). Statistical methods in education and psychology. New York.

Gumucio, D., & Tufte, T. (2008). Antología de Comunicación para el cambio social. La Paz: Plural Editores.

Hutt Herrera, H. (2012). Las Redes Sociales: Una nueva Herramienta. Reflexiones, 121 - 128.

King, G. (2000). El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos. Madrid: Alianza Editorial.

Larson, C. (1986). Persuasión. tweft .

Ministerio de Educación de Ecuador. (2011). Educación sin Barreras, Programa de Sensibilización. Ecuador: Vicepresidencia República del Ecuador.

Ministerio de Salud. (13 de junio de 2006). Resolución Ministerial N 0366. Día Internacional del Donante de Sangre. BOLIVIA.

Ministerio de Salud de Bolivia. (15 al 21 de junio de 2020). Importancia de la Donación de Sangre. Boletín Informativo - Semana 9.

Ministerio de Salud. (13 de junio de 2006). Resolución Ministerial N 0366. Día Internacional del Donante de Sangre. BOLIVIA.

Ministro de Estado, en el Despacho de Desarrollo Humano. (31 de marzo de 1997). Decreto Supremo N 24547. Reglamento a la Ley de Medicina Transfusional y Bancos de Sangre. Bolivia.

Montoya, J. O. (2009). Comunicación Interpersonal En El Adulto Mayor. Bogotá.

Moreno, C., Moreno, F., & Moreno, A. (2016). Estrategia Metodológica. El Alto: Imprenta Heidi.

Organización Mundial de la Salud. (17 de junio de 2017). Disponibilidad y Seguridad de la Sangre a Nivel Mundial. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <http://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/blood-safety-and-availability>

Organización Mundial de la Salud. (20 de marzo de 2020). Mantenimiento de un suministro seguro y suficiente de sangre durante los brotes de enfermedad por coronavirus 2019 (COVID-19). Obtenido de <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/331743/WHO-2019-nCoV-BloodSupply-2020.1-spa.pdf>

Organización Panamericana de la Salud OPS. (12 de junio de 2020). Las Donaciones de Sangre son Vitales durante la pandemia por COVID-19. Washington, DC, Estados Unidos. <https://www.paho.org/es/noticias/12-6-2020-donaciones-sangre-son-vitales-durante-pandemia-por-covid-19>.

Ramos, G. (12 de mayo de 2020). Banco de Sangre requiere donantes de sangre de tipo ORH positivo. Periódico Bolivia, pág. Digital. <https://www.ahoraelpueblo.bo/banco-de-sangre-requiere-donantes-de-sangre-de-tipo-orh-positivo/>

Redacción Central. (18 de diciembre de 2019). En 2019 se recolectaron 16 mil unidades de sangre. Periódico Bolivia, pág. 8.

Rodríguez Gómez, G., Gil Flores, J., & García Jiménez, E. (1996). Metodología de la investigación cualitativa. Málaga: Ediciones Aljibe.

Rojas Soriano, R. (1989). Investigación social teoría y praxis. México: Editorial Plaza y Valdez.

Roney, C., Menjívar, E., & Liliana, M. H. (2015). Elaboración de infografías: hacia el desarrollo de competencia del siglo XXI. Diálogos, 23-37.

Sociedad Argentina de Hematología. (19 de abril de 2020). Medicina Transfusional Subcomisión de Hemoterapia - SAH. Hematología, 24(Extraordinario).

Tellería, V. (12 de mayo de 2020). Banco de Sangre requiere donantes de sangre de tipo ORH positivo. Digital. (G. Ramos, Entrevistador) <https://www.ahoraelpueblo.bo/banco-de-sangre-requiere-donantes-de-sangre-de-tipo-orh-positivo/>

Unidad de Comunicación. (9 de junio de 2015). EL 35% DE LAS DONACIONES DE SANGRE SON VOLUNTARIAS EN BOLIVIA. Obtenido de Ministerio de Salud y Deportes: <https://www.minsalud.gob.bo/625-el-35-de-las-donaciones-de-sangre-son-voluntarias-en-bolivia>

unidad de visualización académica. (s.f.). Las Redes Sociales. Lima, Peru: universidad San Martín de Porres.

Valero Sancho, J. L. (2008). La infografía digital en el ciberperiodismo. *Latina de Comunicación*, 492-504.

Vásquez, I. (2008). Gestipolis. Obtenido de tipos de estudios de los métodos investigación:
<http://www.gestipolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/>

Zaldívar, D. (2003). *Relaciones interpersonales*. La Habana: Editorial Enpes.

Anexos

Anexo 1

Campañas Internacionales sobre Donación de Sangre

A nivel internacional se desarrollaron diversas campañas de donación de sangre que garanticen un suministro continuo de sangre para medicina transfusional. El éxito de las campañas ha dado pie a replicar la experiencia esperando resultados favorables como en el caso de la campaña denominada “**Club 25**” desarrollada por la Cruz Roja Internacional y posteriormente por la Cruz Roja de cada país.

El Club 25, es una de las campañas más exitosas que se ha desarrollado en el mundo. La OMS la denominó «Club Compromiso 25» o «Compromiso 25», fue lanzado en Zimbabwe en 1989. Club 25 ha demostrado ser una forma notablemente eficaz y relativamente barata de llegar hasta los donantes jóvenes.

Un ejemplo de esta campaña es el de la Cruz Roja de México:





CLUB 25

INTERNATIONAL



La OMS desarrolla actualmente una campaña para el día del donante voluntario. Cada 14 de junio se celebra el Día Mundial del Donante de Sangre (para agradecer todos los donantes voluntarios no remunerados). Debido a que las transfusiones de sangre ayudan a salvar millones de vida al año. (Organización Mundial de La Salud, 2018)

Esta actividad se desarrolla todos los años algunos ejemplos de esta campaña son:



2021

LA SANGRE SEGURA SALVA VIDAS

incluso durante una pandemia



El problema es que en muchos países y para las personas más vulnerables del mundo siempre falta sangre segura

La pandemia de COVID-19 ha agravado aún más la escasez de suministros de sangre



Ayuda a pacientes y trabajadores sanitarios



Anima a la gente a seguir donando sangre



Vela por la aplicación de medidas seguras: distanciamiento físico e higiene



Done sangre y salva vidas de forma segura



Día Mundial del Donante de Sangre

Done sangre para que el mundo sea un lugar más saludable. 14 JUNIO 2020



Organización Mundial de la Salud

2020

¡Si donas sangre, estás ayudando a salvar vidas!



Todas las personas tienen derecho a recibir transfusiones de sangre seguras cuándo y dónde las necesiten.

 **Sangre segura para todos**

 **Día Mundial del Donante de Sangre**
Sangre segura para todos. 14 DE JUNIO DE 2019

 **Organización
Mundial de la Salud**

2019



**Cada pocos segundos,
alguien, en algún lugar,
necesita sangre.
Date a los demás.
Dona sangre.
Comparte vida.**



2018

Anexo 2

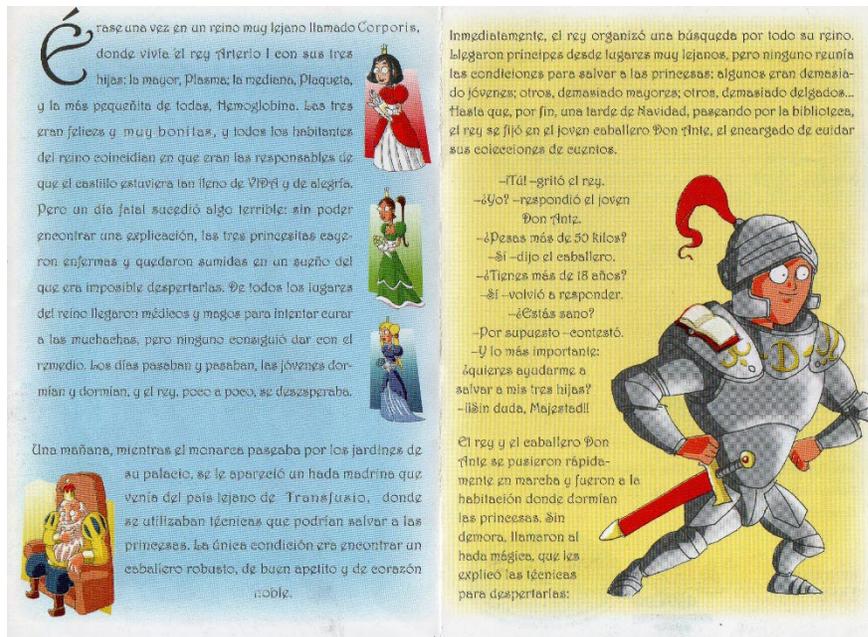
Campañas Nacionales sobre Donación de Sangre

En el Estado Plurinacional de Bolivia el 2012 la Cruz Roja Boliviana desarrolló la campaña por el día del donante bajo el lema “*Cada donante de sangre es un héroe*” dirigida a jóvenes entre los 18 a 25 años, esta estrategia se hizo para “**contar con jóvenes que donen sangre 25 veces de manera voluntaria y no remunerada antes de cumplir los 25 años**” así lo expresó el presidente de la Cruz Roja Boliviana. (Cruz Roja Boliviana, 2012)

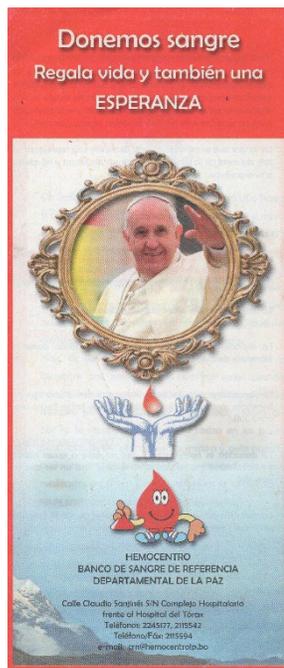
El Hemocentro de la ciudad de La Paz ha desarrollado muchas campañas de información para incentivar la donación de sangre entre las que destacamos:

- a) Un cuento para niños llamado “**La increíble historia del caballero Don Ante**” la narrativa tiene el propósito de crear conciencia para la donación de sangre en los más pequeños (contiene gráficos coloridos y dinámicos para los niños).





b) Un folleto informativo bajo el título “**Donemos Sangre Regala Vida y también una ESPERANZA**” que se publicó para la llegada del papa, en ella se explica que es la donación voluntaria y altruista, principios éticos y requisitos para la donación. En ella también destaca la oración del donante instituido por el papa Juan XXIII.



- c) Un tríptico bajo el título “**¡Ser solidario, haciéndote donante de SANGRE!**” donde se resume con imágenes que es la donación, quienes pueden donar, la posición de donación y los procedimientos para la donación de sangre.



- d) El folleto informativo “**21 preguntas y respuestas sobre la donación de sangre**” donde se da a conocer las principales dudas al donar sangre, también se debe destacar las imágenes de los certificados de calidad del Banco de Sangre.



- e) La campaña para informar hacer de la “PLAQUETOAFÉRESIS” a través de folletos informativos donde se destaca las condiciones para ser donante, los beneficios y la importancia de un donante.
- f) El folleto informativo que desarrollaron para el día del donante de sangre “**Dona sangre y deja una huella de amor en tu vida**” en el cual informa sobre las razones para que seas un donante de sangre, porque existe personas que no pueden donar sangre, requisitos y donde se puede donar.

¿Qué es la Donación Voluntaria y Altruista No Remunerada?

Es cuando una persona de manera voluntaria, solidaria y sin interés alguno dona un poco de sangre, a otras personas que la necesitan para seguir viviendo. La donación de sangre es una acción voluntaria, es una proyección de vida y una esperanza para otros, se trata de un acto generoso, rápido y sin dolor.

La sangre que es extraída en una donación, solo representa el 10% del total de la sangre que corre por tus venas y no afecta a tu organismo.

¿Dónde puedo donar?

Puedes donar en la Unidad Móvil ubicada en distintos puntos de nuestra ciudad de 09:30 a 14:00 (Plaza San Francisco, Plaza Del Bicentenario, el Prado) o en nuestras instalaciones de 08:00 a 19:00 de lunes a domingo



Dona sangre y deja una huella de amor en tu vida




**HEMOCENTRO
BANCO DE SANGRE DE REFERENCIA
DEPARTAMENTAL DE LA PAZ**



(Versión 1.0)

Grandes PRINCIPIOS ÉTICOS de la Donación

LIBERTAD
La donación es libre, usted decide (nadie lo obliga).

VOLUNTARIEDAD
La donación es voluntaria (usted decide cuándo donar a sabiendas de que su donación siempre es útil).

GRATUIDAD
La donación es gratuita (no le reporta dinero ni otro tipo de beneficios materiales, sólo la satisfacción, de haber hecho una obra útil).

CONFIDENCIALIDAD
La donación es confidencial (usted no sabe a quien habrá de beneficiarse con su donación, siempre será un ser que la necesita)

SOLIDARIDAD
La donación es un gesto solidario (a través de ella se instaura una nueva forma de comunicación entre los seres humanos).

RESPONSABILIDAD
La donación de sangre es un acto de responsabilidad personal en beneficio de los demás.

La donación de sangre NO puede ser motivo de comercio, la sangre NO se compra NI se vende

Si tiene alguna consulta comuníquese con nosotros:

HEMOCENTRO
Banco de Sangre de Referencia Departamental de La Paz

Teléfonos : 591-2-2245177 - 591-2-2115542
Teléfono Fx : 591-2-2114594
Correo E. : cm@hemocentrop.la.paz.bo
Facebook : Banco de Sangre de La Paz
Twitter : @bancodesangrelp
Dirección : calle Claudio Sanjinés s/n
Complejo Hospitalario de Miraflores

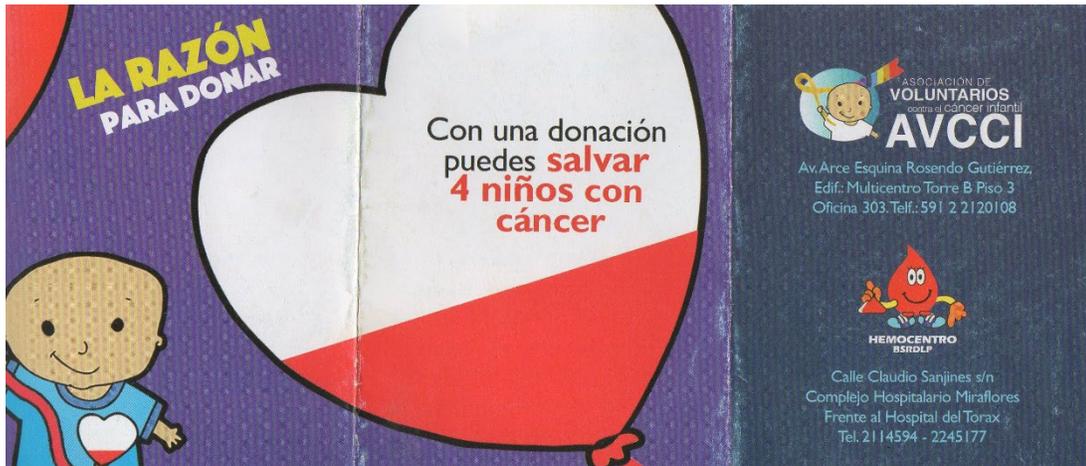
El SEDES ha emitido una hoja informativa para la donación de sangre:

- Bajo el título “**DONACIÓN DE SANGRE HEMOCENTRO – BANCO DE SANGRE**” donde explica los requisitos para ser un donante de sangre y los pasos para donar sangre.
- Uno de los datos más importantes que proporciona el SEDES es que “en menos de una salva tres vidas con 435 mls de tu sangre”

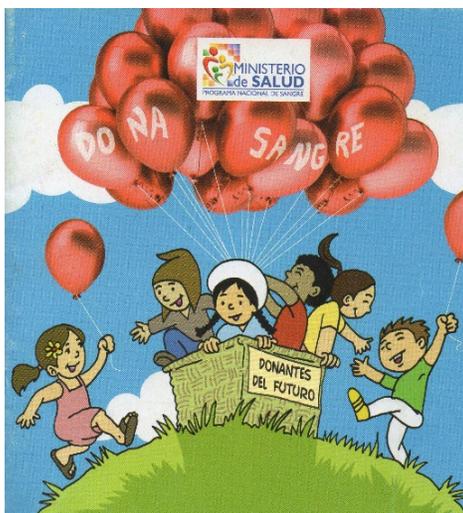
Esta es una de las últimas hojas de información que emitió el SEDES.

La campaña desarrollada por la Asociación de Voluntarios Contra El Cáncer Infantil (AVCCI)

- Esta campaña se desarrolló bajo el título de “**La razón para donar – con cada donación puedes salvar 4 niños con cáncer**” en la cual especifica los procedimientos de donación, los requisitos para donar y el lema “un poco de ti me hace falta a mí – DONA SANGRE”



El Ministerio de Salud junto al Programa Nacional de Sangre desarrolló un pequeño libro con ilustraciones sobre la donación de sangre bajo el título “**Dona Sangre**”. En el cual se especifica los requisitos para la donación de sangre, las razones para donar sangre, de que está formada la sangre, los requisitos, e información de las actividades del Ministerio de Salud. Todo esto junto a ilustraciones divertidas.



La campaña de donación de sangre de los activistas por la paz bajo el título “**En la sangre esta la vida – Donando la savia de la vida**” en la cual detalla: ¿Qué es la donación de sangre?, la importancia de la donación, quienes pueden donar, quien se beneficia con la donación y el proceso de la donación.

Campaña de Donación de Sangre

En la **Sangre** está la **Vida**
"Donando la Savia de la Vida"

¡Gracias • Donante!
www.embajadadeactivistasporlapaz.com

5. ¿QUIÉN SE BENEFICIA CON LA DONACIÓN DE SANGRE?

- Todos los días se transfunde sangre a enfermos de anemias crónicas, diferentes tipos de cáncer; personas que requieren cirugías, trasplantes de órganos, partos complicados, recién nacidos o personas accidentadas.
- La Donación de Sangre es un acto altruista y de solidaridad, en el que das una pequeña parte de este vital líquido, para salvar la vida de muchas personas.
- La sangre donada se separa en una serie de componentes que pueden ser transfundidos dependiendo el tipo de patología del paciente y el requerimiento de los especialistas en salud.
- Estos componentes son las plaquetas, el plasma y los glóbulos rojos.

¡Gracias • Donante!
EMBAJADA VENEZOLANA LA ACTIVIDAD POR LA PAZ

Anexo 3

Hoja de registro del Donante

HOJA DE REGISTRO DEL DONANTE		FORM - BSRDLP - 080	Versión 1.0
Vigente desde: 2017-06-16			
Pegar aquí código de barras	NÚMERO DE EXTRACCIÓN	FECHA: <small>dia mes año</small> 28 / 03 / 18 <small>hh mm</small> HORA: : : COLECTA: Pza. Bicentenario - EMAP	N° REGISTRO
DATOS DEL DONANTE			
NOMBRES: ERICKA		APELLIDOS: ZEBALLOS	
N° CARNET IDENTIDAD:		N° PASAPORTE:	
FECHA NACIMIENTO: / /	EDAD: años	SEXO: M <input type="radio"/> F <input type="radio"/>	
ESTADO CIVIL: Soltera(o) <input type="radio"/> Casada(o) <input type="radio"/> Otros <input type="radio"/>			
LUGAR DE NACIMIENTO:			
DOMICILIO/RESIDENCIA CALLE/AV. N°:			
ZONA:	CIUDAD:	DEPTO: La Paz	PAÍS: Bolivia
TELEF/CEL:	EMAIL:	FB:	
PROFESIÓN/OCUPACIÓN:		LUGAR DE TRABAJO:	
DIRECCIÓN TRABAJO:		TELÉFONO:	
TIPO DE DONACIÓN			
VOLUNTARIA/ALTRUISTA <input checked="" type="radio"/>		REPOSICIÓN/FAMILIAR <input type="radio"/>	
PRIMERA VEZ <input type="radio"/>		HABITUAL <input type="radio"/> FECHA ULTIMA VEZ: / /	
EXÁMEN FÍSICO			
P.A. Sistólica: Diastólica:	PULSO: pul / min	GRUPO SANGÜINEO	
TALLA: cms PESO: 58 kg TEMP.: 36.9 °C	HEMOGLOBINA: 15.3 g/dl HEMATOCRITO: %	O <input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> AB <input type="radio"/>	
BRAZO Izquierdo <input type="radio"/> Derecho <input type="radio"/> Reacción adversa:		Rh + <input type="radio"/> Rh - <input type="radio"/>	
OBSERVACIONES: Voluntario altruista			
INGESTIÓN DE ALIMENTOS 3 HORAS ANTES DE LA DONACIÓN SI <input checked="" type="radio"/> NO <input type="radio"/>			
DONANTE APTO <input checked="" type="radio"/> DONANTE NO APTO <input type="radio"/>			
Causas de exclusión: Anotar la causa de rechazo transitorio o permanente según lo especificado en la Norma de Selección de Donante de Sangre.			
I. RECHAZO TEMPORAL <input type="radio"/>		II. RECHAZO PERMANENTE <input type="radio"/>	
Causa:		Causa:	
DATOS DEL RESPONSABLE			
NOMBRE DEL RESPONSABLE:			
MATRICULA PROFESIONAL:	FIRMA:		
ELABORADO POR: JEFE DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN Tec. Sup. Oscar Coaquira Castillo		REVISADO POR: JEFE DE DIVISION DE CALIDAD Dra. Vanessa Tellez Zagredo	
APROBADO POR: DIRECTORA HEMOCENTRO-BSRDLP Dra. Maria del Carmen Garcia de Luna Orsco			

Anexo 5

Guía de Entrevista

Nombre:

.....
.....

Profesión:.....

.....

Cargo:

.....
.....

Motivo:.....

.....

Fecha:

.....
.....

Preguntas. -

Anexo 6

Encuesta:

Esta es una encuesta de la Universidad Mayor de San Andrés de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social para el Proyecto de Grado que tiene por título “*Campaña de información y sensibilización sobre la donación de sangre a través de cápsulas televisivas para personas mayores de 18 años en la ciudad de La Paz –Bolivia*”. La presente encuesta es anónima y tiene fines educativos de ante mano gracias por su tiempo.

INSTRUCCIONES

- Este cuestionario es anónimo.
- Se solicita responder con veracidad.
- Responder las preguntas marcando con una “X” la alternativa elegida.

I. DATOS GENERALES

- a) Edad:.....(Años cumplidos)
- b) Sexo: M F
- c) Barrio donde vive:.....
- d) Religión o grupo religioso:.....

II. CONTENIDO

1. ¿Qué medios de comunicación masiva utiliza con más frecuencia?

- Radio
- Televisión
- Periódico
- Revista
- Otros (detallar)

2. ¿Qué medios utiliza para **informarse** con más frecuencia? (marque en orden de importancia con los siguientes grados 1ro 2do 3ro 4to en el cuadro correspondiente)

- Radio
- Televisión
- Periódico
- Revista
- Otros (detallar)

3. ¿Utiliza redes sociales? (en caso de responder NO pase a la pregunta 6)

- Sí No NS/NR

4. ¿Qué redes sociales utiliza con más frecuencia? (Marque en orden de importancia con los siguientes grados 1ro 2do 3ro 4to en el cuadro correspondiente)

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- WhatsApp
- You Tube
- Otros (detallar)

5. ¿Qué redes sociales utiliza para informarse? (Marque en orden de importancia con los siguientes grados 1ro 2do 3ro 4to en el cuadro correspondiente)

Facebook	
Twitter	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>
WhatsApp	<input type="checkbox"/>
You Tube	<input type="checkbox"/>

Otros (detallar)
.....

6. ¿Usted ha visto o escuchado hablar de las donaciones de sangre en medios de comunicación?

Si NO Ns/Nr

7. ¿A través de qué medios de comunicación escucho, hablar de las donaciones de sangre con más frecuencia? (marque en orden de importancia 1ro 2do 3ro 4to en el cuadro correspondiente)

Radio	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>
Periódico	<input type="checkbox"/>
Revistas	<input type="checkbox"/>
Redes sociales	<input type="checkbox"/>

(pasar a pregunta 8)
Otros (detallar)
.....

8. ¿En qué red social ha escuchado hablar de las donaciones de sangre? (marque en orden de importancia 1ro 2do 3ro 4to) Cuales:

Facebook	
Twitter	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>
WhatsApp	<input type="checkbox"/>
You Tube	<input type="checkbox"/>

Otros (detallar)
.....

9. ¿Qué ha escuchado sobre la donación de sangre? (priorice dos)

Lugares donde se dona sangre	<input type="checkbox"/>
Instituciones relacionadas (Bancos de sangre)	<input type="checkbox"/>
Beneficios de la donación de sangre	<input type="checkbox"/>
Perjuicios de la donación de sangre	<input type="checkbox"/>

Otros (detallar)
.....

10. ¿Ha escuchado o recibido algún mensaje sobre la donación de sangre? (en caso de responder NO pase a la pregunta 12)

Sí No NS/NR

11. ¿Qué tipo de mensaje ha recibido, escuchado o leído sobre la donación de sangre? (marque en orden de importancia 1ro 2do 3ro sucesivamente)

Flyer

Folletos	<input type="checkbox"/>
Afiches	<input type="checkbox"/>
Volantes	<input type="checkbox"/>
Videos	<input type="checkbox"/>
Gigantografías	<input type="checkbox"/>
Boca a boca	<input type="checkbox"/>

Otros (detallar)
.....

12. ¿Usted ha donado sangre alguna vez? (en caso de responder NO aquí termina la encuesta Muchas Gracias por su tiempo)

Sí No NS/NR

13. ¿Cuántas veces ha donado sangre?

Una sola vez	<input type="checkbox"/>
Dos veces	<input type="checkbox"/>
Tres veces	<input type="checkbox"/>
Más de cuatro veces	<input type="checkbox"/>

Otros (detallar)
.....

14. ¿En qué situación ha donado sangre? (priorice dos más importantes)

Para un familiar o amigo	<input type="checkbox"/>	
Voluntariamente para un desconocido	<input type="checkbox"/>	(pasar a la pregunta 16)
En campañas o colectas en la calle	<input type="checkbox"/>	

Otros (detallar)
.....

15. ¿Volvería a donar sangre de manera voluntaria?

Sí No NS/NR

16. De las siguientes razones para NO VOLVER A DONAR SANGRE,

Evalúe el nivel de importancia **QUE TIENE PARA USTED DEL 1 AL 5 DONDE 5 ES LO MÁS IMPORTANTE Y 1 LO MENOS IMPORTANTE:**

ÍTEMS	1 Muy Importante	2 Importante	3 Regularmente Importante	4 No tan importante	5 Nada importante
Por miedo a aumentar de peso.					
Por miedo a debilitarse					
Miedo a las agujas.					
Por temor al contagio de enfermedades por medio de la aguja					
Por ser de contextura delgada					
Por miedo a la pérdida de Sangre.					
Por miedo a perder el ajayu					
Por no saber dónde acudir a donar					
Por temor al ambiente hospitalario					
Por no tener tiempo					
Por poca información acerca de la donación					
Otro (desarrolle).....					

¿Alguna sugerencia para mejorar las condiciones de donación o sobre información para donar?

.....

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN Y SU TIEMPO.