

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA UNIDAD CUAJIMALPA

DCCD - MADIC
Maestría en Diseño, Información y Comunicación



**"DONAR VIDA: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO DE LA SALUD
PARA FOMENTAR LA DONACIÓN ALTRUISTA DE SANGRE"**

IDONEA COMUNICACIÓN DE RESULTADOS ICR
PARA OBTENER EL GRADO DE
MAestría EN DISEÑO, INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

PRESENTA:

**Daniel Pérez Barragán
Mónica González Garduño**



Donar vida: Estrategia de comunicación y diseño de la salud para fomentar la donación altruista de sangre.

MADIC
Maestría en Diseño, Información
y Comunicación



Asesores

Dr. Jesús Octavio Elizondo Martínez
Dr. Mario Alberto Morales Domínguez
Dr. Carlos Joel Rivero Moreno

Integrantes

Daniel Pérez Barragán
Mónica González Garduño

Lector Interno

Dr. Rodrigo Martínez Martínez

Lectora externa

Dra. María Elena Flores Castillo
Jefa de la sección de Servicio Médico UAM
Azcapotzalco



Es necesaria una tribu para hacer que un milagro suceda



¡GRACIAS!

A todos aquellos que extienden sus brazos con la voluntad de ayudar a alguien más.

Al equipo Donar Vida, al Dr. Mario Morales, Dr. Jesús Elizondo y al Dr. Carlos Rivero por su acompañamiento a lo largo de este proyecto de investigación.

Al Dr. Rodrigo Martínez por sus valiosos consejos que han dado orden y estructura a este proyecto.

A la Dra. María Elena Flores por el impulso, confianza y complicidad. Gracias por creer en la comunidad universitaria UAM.

A la Mtra. Brenda E. Rodríguez, al Dr. Oscar Zamudio y al Psic. Aldo G. López del Banco Central de Sangre del CMN La Raza IMSS por abrirnos las puertas de su casa para fortalecer la donación de sangre en México.

A la Lic. Norma Angélica Morales y al QFI. José Antonio Arrollo del CNTS por creer en el proyecto y unir sus esfuerzos para incentivar la donación altruista en México.

Al equipo MADIC, especialmente a Dra. Nora Morales, Dra. Angélica Martínez y al Mtro. Octavio Mercado por sus asesorías y acompañamiento durante nuestro tránsito.

A la Rectoría de la Universidad Autónoma Metropolitana por reconocer la importancia y necesidad de proyectos que ayuden a mejorar la salud de la población.

A cada una de las unidades de la Universidad Autónoma Metropolitana por ser el hogar de quienes transitan por el proceso universitario y a CONAHCyT, por brindar el financiamiento necesario para el desarrollo este proyecto.



Diseñar no es solo dar forma a los objetos, sino también dar forma a las interacciones, las experiencias y, lo más importante, dar forma a las realidades sociales.

Cameron Tonkinwise

A mis hijas María del Mar y Valentina por su amor y paciencia.
Deseo que sean unas mujeres libres, fuertes y voraces.

A Jorge por ser mi cómplice, mi apoyo y el mejor compañero de vida.

A mi familia, a Patricia, Enrique y Claudia por su amor incondicional.

A Armando Meixueiro por tus palabras de motivación y por cada uno de tus consejos.

A Daniel, gracias por tu amistad y por tu esfuerzo a lo largo de este proyecto.

Mónica González Garduño



A mis cómplices silenciosos y a mis ruidosos aliados. A las noches de café y a las mañanas llenas de inspiración.

A quienes me han dado amor y un espacio seguro, con quienes disfruto seguir aprendiendo cada día en esas pláticas hasta la media noche.

A las dos voces que escuchó desde mi primer día aquí, saber que siempre cuento con ustedes me da mucha confianza.

A quienes me brindaron un hogar estos últimos dos años.

A mi pausa perfecta cuando todo está en caos, a quien da color a todo lo que toca.

A quién está desde el principio y hasta el final.

Daniel Pérez Barragán



índice

1	Introducción
7	1. ¿Qué pasa con la sangre?
8	1.1. Donantes a la baja
9	1.2. El papel de los jóvenes
12	1.3. Las universidades, la UAM y las campañas de donación altruista de sangre.
15	2. La esencia. Fundamentos conceptuales.
17	2.1 La sangre humana
17	2.1.1 Perspectiva cultural y simbólica
18	2.1.2. Perspectiva biológica
19	2.1.3. ¿Cómo está conformada la sangre?
22	2.1.4. Grupos sanguíneos y su compatibilidad
26	Infografía: La sangre
28	2.1.5. Principales usos de las transfusiones sanguíneas
30	2.1.7. Donantes y receptores
32	2.2. Comunicación en salud
33	2.2.1 De la comunicación para el cambio de la conducta a la comunicación para el cambio social
35	2.2.2 Modelos para la estrategia de “Donar Vida”
40	2.3. Hacia un diseño sistémico
43	2.4. La donación de sangre como sistema complejo
47	3. Diagnóstico. Adentrándonos al corazón de esta investigación.
49	3.1. Primeros acercamientos
60	3.2. Conocimientos, actitudes y prácticas sobre la donación de sangre en estudiantes universitarios
71	3.3. Mapeo del proceso de donación de sangre
73	Infografía: Proceso actual

lo intangible

78	Infografía: Proceso Donar vida
81	4. Donar Vida. Propuesta de Programa desde la comunicación y el diseño en salud para fomentar la donación altruista de sangre.
82	Infografía: Analogía del proyecto
84	4.1 Guía estratégica de Donar vida
90	4.2. Modelo de la estrategia de Donar Vida
92	4.3. Intervenciones estratégicas
92	4.3.1. Web
99	4.3.2. Talleres colaborativos
102	4.3.3. Ven a #Donar Vida, Intervención con carteles
108	Infografía: Anatomía mensajes: colección carteles
110	Infografía: Anatomía cartel
113	4.3.4 Guía para el acompañamiento previo y posterior a la donación de sangre altruista
120	4.4. Circuito de donación altruista de sangre en la UAM
123	5. ...por último. Zoom out
124	5.1 un zoom out
131	Conclusiones
137	Anexos
138	Anexo 1. Cuestionario sobre conocimientos y actitudes
143	Anexo 2. Listado de recomendaciones para las instituciones universitarias e instituciones de salud para la organización de colectas de sangre.
145	Referencias

lo tangible

Lista de figuras

- 10 | Figura 1.1 Población por grupo quinquenal de edad según género, 2023
- 11 | Figura 1.2 Donación por género y grupos de edad a nivel nacional
- 17 | Figura 2.1 Imaginarios culturales de la sangre
- 20 | Figura 2.2 Composición de la sangre humana
- 21 | Figura 2.3 Sistema ABO y Rh
- 21 | Figura 2.4 Compatibilidad sanguínea grupo A
- 23 | Figura 2.5 Compatibilidad sanguínea grupo O
- 23 | Figura 2.6 Compatibilidad sanguínea grupo B
- 24 | Figura 2.7 Compatibilidad sanguínea grupo AB
- 24 | Figura 2.8 Frecuencia de grupos sanguíneos en México
- 25 | Figura 2.9 Grupos sanguíneos y compatibilidad
- 29 | Figura 2.10 Necesidad de unidades de sangre frente a intervenciones recurrentes
- 35 | Figura 2.11 Constructos del Modelo de Creencias en Salud
- 37 | Figura 2.12 Comunicación de la salud con enfoque participativo
- 40 | Figura 2.13 Modelo Donar Vida
- 43 | Figura 2.14 Modelo reduccionista de la donación de sangre
- 45 | Figura 2.15 Sistema Donar Vida V. 1.0
- 52 | Figura 3.1 Dimensiomes del proyecto Donar Vida
- 55 | Figura 3.2 Principales miedos de los estudiantes al donar
- 61 | Figura 3.3 CAP del proyecto Donar Vida
- 63 | Figura 3.4 Principales variables sociodemográficas del grupo 1. Género.
- 63 | Figura 3.5 Principales variables sociodemográficas del grupo 1. Edad.
- 64 | Figura 3.6 Principales variables sociodemográficas del grupo 2. Género.
- 64 | Figura 3.7 Principales variables sociodemográficas del grupo 2. Edad.
- 65 | Figura 3.8 Resultados de los conocimientos de los estudiantes sobre la donación de sangre.
- 65 | Figura 3.9 Conocimientos básicos grupo 1.
- 66 | Figura 3.10 Tipo de sangre grupo 2.
- 66 | Figura 3.11 Conocimientos básicos grupo 2.
- 76 | Figura 3.12 Personal que colabora actualmente en las colectas
- 77 | Figura 3.13 Personal que colabora después de la observación en las intervenciones.
- 92 | Figura 4.1 Modelo Donar Vida
- 94 | Figura 4.2 Tablero de arquitectura de información. Web. Donar Vida.
- 116 | Figura 4.3 Mapa de prototipo y secuencia
- 127 | Figura 5.1 Necesidades y expectativas del proyecto Donar Vida
- 128 | Figura 5.2 Perspectivas del proyecto Donar Vida
- 129 | Figura 5.3 Impacto del proyecto Donar Vida

Glosario

Altruismo: Acto de dar sin esperar nada a cambio, como donar sangre de forma desinteresada.

Anticuerpos: Proteínas producidas por el sistema inmunológico para combatir infecciones.

Antígenos: Sustancias que desencadenan una respuesta del sistema inmunológico.

Beneficiario: Persona o entidad que recibe los beneficios de una donación de sangre.

Bioética: Campo de estudio que explora cuestiones éticas en biomedicina y la donación de órganos.

Candidato: Persona elegible para donar sangre según ciertos criterios.

Campaña: Esfuerzo organizado para promover la donación de sangre.

Colecta: Recolección de sangre de múltiples donantes en un lugar específico.

Compatibilidad: Capacidad de una unidad sanguínea para ser utilizada en un receptor sin efectos adversos.

Consentimiento informado: Permiso voluntario y consciente otorgado por un donante para donar sangre.

Donación: Acto de dar sangre para uso médico.

Donación remunerada: Donación de sangre que recibe una compensación económica.

Donante: Persona que proporciona sangre de forma voluntaria.

Donante registrado: Donante que ha proporcionado sus datos a un registro para futuras donaciones.

Donante vivo: Persona que dona sangre mientras está viva, por ejemplo, donación de médula ósea.

Ecología: Estudio de las relaciones entre los seres vivos y su entorno, que puede relacionarse con la sostenibilidad.

Ética: Principios y valores que rigen el comportamiento moral, importante en la donación de sangre.

Factor Rh: Antígeno en la superficie de los glóbulos rojos, que puede ser positivo o negativo.

Glóbulos blancos: Células sanguíneas que forman parte del sistema inmunológico.

Glóbulos rojos: Células sanguíneas que transportan oxígeno.

Hematíes: Otra forma de referirse a los glóbulos rojos.

Índice de Desarrollo Humano - IDH: Indicador que mide el desarrollo de un país según educación, salud y nivel de vida.

Indicadores para el seguimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (OSD) – Agenda ODS 2030: Métricas para medir el progreso hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Interoperabilidad en un sistema de salud: Habilidad de los sistemas de atención médica para comunicarse y compartir información.

Logística: Planificación y gestión eficiente de recursos, como la recogida y distribución de sangre.

Metodologías: Conjunto de métodos o enfoques utilizados en la investigación o la gestión.

Piel: Órgano humano más grande, que incluye la sangre en sus vasos sanguíneos.

Plaquetas: Pequeñas células sanguíneas que ayudan a la coagulación.

Plasma: Componente líquido de la sangre que transporta células y nutrientes.

Programa: Conjunto de actividades planificadas y coordinadas, como campañas de donación.

Recuperación: Proceso de recuperación de un donante después de donar sangre.

Registro de donantes: Base de datos de personas dispuestas a donar sangre.

Relación: Conexión o vínculo entre diferentes elementos, como donantes y beneficiarios.

Respuesta inmunitaria: Reacción del sistema inmunológico a una amenaza, como una infección.

Sensemaking: Proceso de dar sentido y comprender la información de manera efectiva.

Sistema: Conjunto de elementos interconectados que funcionan juntos.

Solicitante: Persona o entidad que solicita una donación de sangre.

Tejido: Conjunto de células que realizan una función específica en el cuerpo.

Vasos sanguíneos: Conductos que transportan la sangre a través del cuerpo.

Voluntario: Persona que realiza una acción de manera voluntaria y sin compensación económica.

Zona Hospitalaria: Área donde se ubican hospitales y centros médicos.

introducción

Cada dos segundos una persona en el mundo necesita una transfusión de sangre...

La donación de sangre es un acto de generosidad y solidaridad que salva vidas. La sangre es un recurso invaluable que se utiliza en una variedad de procedimientos médicos, desde cirugías hasta tratamientos para enfermedades graves. Sin embargo, a pesar de su importancia, la donación de sangre enfrenta desafíos significativos: en México la tendencia de donaciones altruistas ha ido en decremento en los últimos años. De acuerdo con la Organización Panamericana de la Salud, México ocupa el último lugar en donación altruista de sangre en América Latina (Organización Panamericana de la Salud, 2020).

Este proyecto surge en respuesta a la necesidad de abordar la escasez de donadores altruistas de sangre. La donación de sangre es un tema crucial en el ámbito de la salud, pero también es un fenómeno complejo que involucra múltiples aspectos, desde la información y las actitudes individuales hasta los procesos logísticos y la comunicación estratégica. Además, no es solo una cuestión de disponibilidad de recursos médicos, sino también un problema que se agrava debido a las creencias y actitudes negativas de la población que se manifiestan en un rechazo a esta. Entendiendo la magnitud de este desafío, resulta imperativo abordar este problema desde una perspectiva integral y adaptada a contextos específicos para una mayor eficacia.

En este sentido, se ha identificado un contexto particularmente relevante y prometedor: la creciente población joven en México y la alta disposición a la conversión de los jóvenes hacia el altruismo, lo que sugiere un potencial significativo en este grupo demográfico. El estudio titulado "Are university students a favorable target group for blood donation campaigns?" concluye que los estudiantes universitarios, después de ser expuestos a campañas de donación, tienen una tasa más alta de participación repetida en comparación con otros segmentos de edad (Eser, et al., 2010).

Por lo tanto, esta investigación se enfoca de manera específica en el contexto universitario, en el que convergen una población joven y una infraestructura educativa que brinda oportunidades para la sensibilización y el compromiso con esta causa. Los jóvenes universitarios no solo tienen el potencial de desempeñar un papel fundamental en la donación de sangre altruista, sino que, al mismo tiempo, pueden beneficiarse significativamente de esta experiencia al conocer su estado de salud y contribuyendo así a una cultura de prevención.

El objetivo fundamental de este proyecto es diseñar una estrategia multimodal de intervenciones en la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) con el fin de fomentar la donación altruista de sangre en jóvenes universitarios. Este planteamiento se alinea con algunos Objetivos de Desarrollo Sostenible, planteados en 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas. En específico, con el objetivo número 3, relacionado con los ámbitos de salud y bienestar; el 4, referente a educación; el 10, orientado a la reducción de las desigualdades y finalmente con el 17, sobre alianzas para lograr los objetivos.

Tradicionalmente objetivos similares a este han sido en su mayoría una iniciativa del ámbito médico, y con razón, ya que la comunidad médica comprende la importancia crítica de la donación de sangre para salvar vidas y atender a pacientes en situaciones de emergencia. Han desarrollado, pues, rigurosos protocolos para la recolección, el procesamiento y la distribución segura de sangre donada, y han trabajado en la educación sobre la necesidad de contribuir regularmente a este recurso vital.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos incansables del campo médico, la escasez de donantes altruistas de sangre sigue siendo una preocupación global. Es evidente que se necesita un enfoque más amplio y diversificado para abordar este desafío. En este aspecto, por lo tanto, se manifiesta la relevancia de esta investigación, que aboga por un enfoque interdisciplinario y colaborativo.

En este proyecto se busca ir más allá de las soluciones médicas tradicionales y se propone la convergencia de diversas disciplinas. Al incorporar áreas como la comunicación, el diseño y los sistemas, se busca un enfoque holístico que abarque más allá de las que solo una disciplina podría alcanzar. La donación de sangre no es solo una actividad biomédica, sino también un acto social y comunicativo.

Una perspectiva integral es esencial para fomentar una cultura de donación de sangre altruista. Este nuevo enfoque no excluye a los médicos. Al combinar la experiencia médica con la comunicación estratégica y el diseño, se podrán desarrollar estrategias efectivas que no solo aumenten la cantidad de donantes, sino que también mejoren la calidad de las donaciones y la experiencia del donante.

03
SALUD Y
BIENESTAR



04
EDUCACIÓN
DE CALIDAD



10
REDUCCIÓN
DE LA
DESIGUALDAD



17
ALIANZAS PARA
LOGRAR LOS
OBJETIVOS



En este contexto, el presente trabajo se estructura en varios capítulos interconectados que abordan diferentes aspectos relacionados con la donación de sangre. El primer capítulo aborda la relevancia de las donaciones altruistas de sangre en el contexto de México, que, como se ha dicho, es un país que enfrenta actualmente una crisis en la disponibilidad de donantes altruistas. Así mismo, sienta las bases para comprender el importante papel de los jóvenes en esta problemática, debido a que no solo representan un grupo significativo en términos numéricos, sino que también son una fuente potencialmente constante de donaciones a lo largo de sus vidas.

El segundo capítulo constituye la fundamentación del proyecto. Primeramente, sentando las bases para comprender el proceso de donación de sangre, desde el contexto médico, se explican los conceptos básicos implicados en este. Luego, se exploran conceptos de comunicación y diseño como el pensamiento sistémico y complejo, así como modelos de comunicación en salud con un enfoque participativo y el Modelo de Creencias de la Salud. Por lo tanto, actúa como un puente entre el conocimiento médico y los enfoques interdisciplinarios de comunicación y diseño, preparando el terreno para el desarrollo de estrategias efectivas y adaptadas a la realidad de los jóvenes universitarios en la UAM.

Posteriormente, en el siguiente capítulo, enfocado en el diagnóstico, se busca establecer una línea base fundamental al realizar un estudio sobre los Comportamientos, Actitudes y Prácticas (CAP) hacia la donación de sangre en los estudiantes universitarios en la UAM. Este análisis permite comprender las percepciones y actitudes actuales de los estudiantes hacia la donación de sangre y destacar áreas de desafío. Se ha identificado que las campañas de donación altruista de sangre suelen ser generales y no diseñadas para públicos específicos, lo que subraya la importancia de este estudio.

En dicho capítulo también se realiza un mapeo del proceso de donación de sangre para identificar los puntos en los que, desde las tres disciplinas de esta investigación, es posible intervenir este problema sistémico.

En el cuarto capítulo, se presenta una propuesta de implementación derivada del diagnóstico. En este se proponen intervenciones y estrategias basadas en evidencia para fomentar una cultura de donación de sangre en nuestra comunidad universitaria.

A manera de integrar estas intervenciones y como idónea propuesta se presenta el programa Donar Vida, un proyecto que vincula instituciones de salud y universitarias y combina estrategias de comunicación, diseño de información y herramientas digitales. El proyecto Donar Vida pretende convertirse en un programa en el que se estrechen relaciones interinstitucionales favoreciendo a estudiantes, instituciones de salud, universidades y principalmente a personas que necesitan una transfusión sanguínea.

Finalmente, se concluye con una evaluación de las intervenciones implementadas. Esto permitirá refinar las propuestas para futuros escenarios de implementación. Así mismo, se expone una serie de reflexiones y recomendaciones que no solo se dirigen a la mejora de futuras estrategias de promoción de la donación altruista de sangre, sino que también pueden aplicarse a otros temas de salud y campañas de sensibilización. De esta forma, se hace énfasis en cuestiones como la importancia de la comunicación participativa, la adaptación de estrategias a grupos demográficos específicos y la necesidad de abordar problemas de forma interdisciplinaria.

Este trabajo es el resultado de una colaboración multidisciplinaria que involucra a estudiantes, profesores, personal médico y otros actores clave de diversas instituciones. A lo largo de estas páginas, compartimos no solo datos y análisis, sino también el espíritu de solidaridad y la determinación de hacer una diferencia positiva en el mundo a través de la donación de sangre.



SOMOS UNIVERSITARIOS SOMOS EL PRES
DONAR SOMOS ACTORES DE CAMBIO SOM
A PESAR DE NUESTROS MIEDOS ESTAM

PODER QUE TENEMOS DENTRO SOMOS
REMOS CAMBIAR EL MUNDO NUESTRO
CIAS CELEBRAMOS LAS FORMAS DE A
TES NOS ATREVEMOS NOS TRANSFORM

A OTROS AMAMOS VIVIR INSPIRAMOS DE
MUNDO SOMOS LA REVOLUCION NUESTRA
ADMIRAMOS LOS ESFUERZOS ESTA ES
PODER NUESTRA SANGRE SIN GENERO IN
CUIDAMOS ENTRE TODOS NO DEJAREMOS
JUSTICIA CUANDO DONAMOS ELLOS VIVE
EL UNIVERSO ESTE ES NUESTRO MOMENT
SAJE NUESTRO LEGADO SALVA VIDAS PRE
LLEGO EL MOMENTO AQUÍ VAN TUS RA

1. ¿Qué pasa con la sangre?

Estado de la cuestión y problema

1.1 Donantes a la baja

Cada dos segundos una persona en el mundo necesita una transfusión de sangre (OPS, 2019) y por cada donación de sangre que se realiza es posible impactar la vida de tres personas, ya que de esta se obtienen glóbulos rojos y blancos, plaquetas y plasma. Frente al crecimiento de la población, el aumento en las emergencias médicas y la escasez de suministros existe una necesidad creciente de suministros de sangre constantes y confiables. La necesidad de componentes sanguíneos es universal pero el acceso a ellos no lo es.

La donación de sangre es fundamental en los sistemas de salud de los países. Gracias a las transfusiones de sangre es posible realizar intervenciones quirúrgicas, partos, atender enfermedades como anemia, cáncer, trastornos de coagulación, trastornos sanguíneos graves o lesiones para las que se requiere una gran disponibilidad de hemocomponentes y, con ello, salvar la vida de muchos pacientes. Si no hay un suministro de sangre suficiente para transfusiones se pone en riesgo la eficacia de los servicios y programas de salud necesarios para brindar a los pacientes atención en numerosas enfermedades agudas y crónicas. En México, por ejemplo, tan solo en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) se realizan más de 50 mil intervenciones quirúrgicas y atenciones de urgencias al día, las cuales requieren de una gran disponibilidad de sangre para que puedan ser realizadas (IMSS, 2020).

Para garantizar una transfusión de sangre que salve vidas, el acceso a sangre y componentes sanguíneos es vital. Por ello, la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda que cada país debe lograr 5 millones de donaciones voluntarias anualmente y que el 100% de los donantes sean altruistas, debido a que este tipo de donación está asociada a una oferta de sangre más adecuada, regular y segura. No obstante, México no ha logrado acercarse a estas cifras. En 2017 sólo se lograron 1 millón 700 mil donaciones, de las cuales 94.8% fueron donaciones por reposición y solo 5.2% fueron donaciones voluntarias (INCyTU, 2019). Después de la pandemia por COVID-19, en el 2020, la donación altruista en nuestro país bajó al 1% de las donaciones totales, esto ubica a México como el país con menos donaciones altruistas en Latinoamérica.



El proceso para conseguir donantes no es sencillo. La donación es un tema que aborda varios aspectos como el social, cultural, ético y legal. Analizar los programas en torno al fenómeno de la donación de sangre altruista ofrece oportunidades educativas en diferentes segmentos de la población. La generación en programas de salud hace un llamado a la mejora de la salud en general y esto repercute en la calidad de vida y la generación de una conciencia de salud preventiva. Por lo tanto, la articulación de estrategias que fomenten la donación de sangre en contextos específicos es una iniciativa necesaria y valiosa que puede mejorar el acceso a tratamientos que salvan vidas. Educar y crear una cultura de donación puede influir de forma positiva en la sociedad.

1.2 El papel de los jóvenes

México es un país con una población mayormente joven. La proporción de jóvenes en la población total ha aumentado significativamente, lo que brinda una ventana de oportunidad para propiciar cambios y establecer hábitos altruistas desde temprana edad. Sin embargo, a pesar de este aumento, la participación de los jóvenes en la donación altruista es muy baja, lo que pone en relieve la necesidad de comprender los factores subyacentes que contribuyen a esta problemática.

De acuerdo con la información de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), en el primer trimestre de 2023, el rango de edad con mayor población en México es el de 15 a 19 años, seguido por el de 10 a 14 años y el de 20 a 24 años (INEGI, 2023).

La relevancia de estos datos no puede ser subestimada, ya que resaltan la importancia de dirigir nuestros esfuerzos hacia las nuevas generaciones. Con el rango de edad de 15 a 19 años ocupando el primer lugar en la población de México, se presenta una gran oportunidad para sembrar la semilla de la solidaridad y la responsabilidad social desde temprana edad. Y, con una población tan grande entre los 20 y los 24 años de edad, es apremiante concientizar a esta generación sobre la urgencia de la donación de sangre y realizar llamados y movilizaciones para la acción.

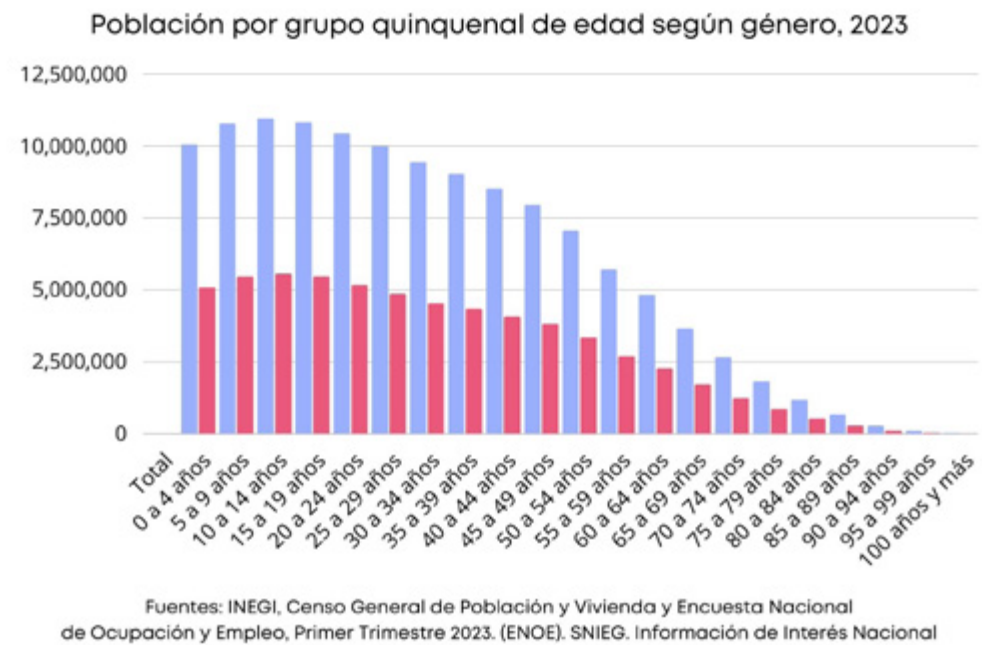


Figura 1.1
Población por grupo quinquenal de edad según género, 2023.

Sin embargo, a pesar de contar con una gran población joven, México reporta una baja participación de jóvenes como donadores altruistas. De acuerdo con el Centro Nacional de Transfusión Sanguínea, la participación de los jóvenes de 18 a 24 años de edad es mucho menor con respecto a la del rango de edad de 25 a 44 años de edad.

La relevancia de este grupo de edad (18 a 24 años) radica en que, al comenzar recientemente su mayoría de edad, se abre una posibilidad de participación por más tiempo. Si se logra despertar su interés y compromiso hacia la donación de sangre, no solo se podrá asegurar el suministro sostenible de sangre y componentes sanguíneos, sino también se estará cultivando una cultura de solidaridad y responsabilidad social desde temprana edad.

A pesar de que los jóvenes son uno de los grupos con menor número de donaciones, existe evidencia de que los estudiantes universitarios pueden ser muy receptivos a las campañas de donación de sangre. El estudio titulado "Are university students a favorable target group for blood donation campaigns?" comparó la participación de jóvenes universitarios, con respecto a otros segmentos de edad, como donadores altruistas después de ser expuestos a campañas de donación de sangre.

Al elegir las fechas de las campañas en universidades se deben tener en cuenta los calendarios de exámenes y actividades, a fin de que los tiempos elegidos sean compatibles con las actividades académicas y los hábitos de los estudiantes.

Se concluyó que, después de las campañas, los estudiantes universitarios tienen una tasa más alta de donación repetida en comparación con otros segmentos de edad (Eser, et al., 2010).

Este descubrimiento resalta la importancia de la educación y la concientización como pilares clave para incrementar la participación de los jóvenes en la donación de sangre. Además revela un persistente problema: la carencia de programas de salud para fomentar la donación altruista de sangre que estén específicamente diseñados para este grupo demográfico.

Donación por género y grupos de edad a nivel nacional

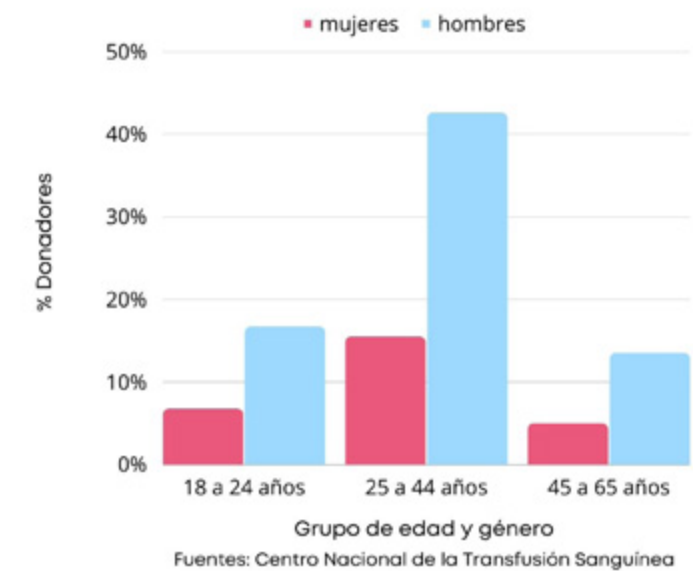


Figura 1.2
Donación por género y grupos de edad a nivel nacional.

1.3 Las universidades, la UAM y las campañas de donación altruista de sangre

Ante tal contraste, entre la numerosa población joven de nuestro país y la baja participación de este rango de edad como donantes altruistas, el foco de la investigación se ha puesto en la participación de los jóvenes como donadores altruistas de sangre específicamente en contextos universitarios. Para este fin, se han observado algunas campañas de donación, como la que se realizó en diciembre de 2022 en la Unidad Académica Azcapotzalco, de la UAM. En dicho evento, fue notable la baja participación de los alumnos. Incluso, fue necesario invitar al personal de las empresas cercanas para incrementar el número de unidades de sangre colectadas.

Durante esta exploración realizada, se identificó que diferentes instituciones universitarias han realizado proyectos relacionados a la promoción de la salud, así como campañas de donación de sangre. Para el desarrollo de nuevas estrategias, es importante analizar cómo se han implementado estas estrategias y el impacto que generaron. Con este fin, ha sido útil establecer un sistema de clasificación de estas estrategias.

En primer lugar, encontramos las estrategias ocasionales de recolección, generalmente conocidas como campañas de donación. Muchas de estas campañas solo informan el lugar y los horarios donde se realizará una colecta de sangre, pero no hay mayor trabajo o interacción para estimular la participación. Este tipo de estrategias no genera conocimiento que promueva la acción social.

En segundo lugar ubicamos a aquellas estrategias que implementan más actividades para fomentar la participación. Para ello realizan conferencias, crean materiales de divulgación, entre otras actividades. Sin embargo, no hay profundidad y rigurosidad en la elaboración de estos materiales, pues muchas veces se presenta información errónea o que perpetúa creencias y estigmas sobre la donación de sangre como el riesgo de contagio al donar sangre, las alteraciones de peso o que aquellas personas que tienen tatuajes o perforaciones no pueden donar. Además, para el diseño de sus propuestas, no consideran las características específicas del grupo a los que se dirigen.



Por último, se pueden ubicar las estrategias más completas que reúnen diversos esfuerzos interdisciplinarios para una mayor efectividad. Este tipo de programas incluye conferencias, la creación de materiales didácticos y audiovisuales, la implementación de tecnologías, el diseño de experiencias y la facilitación de la infraestructura para la donación de sangre. Las estrategias que involucran a los participantes y toman en cuenta el contexto de aplicación son las que han logrado generar una mayor participación.

Bajo este primer diagnóstico identificamos un problema: los mensajes que se ven en cuanto a la donación de sangre apelan a valores como la solidaridad y el altruismo, pero usualmente no están diseñados para grupos específicos. Por lo tanto, las estrategias para fomentar la donación altruista de sangre no suelen analizar el contexto en cuál están siendo implementadas. Tampoco la realidad social y cultural de los participantes, así como las características, dinámicas, prácticas y recursos de las comunidades en las que son aplicadas.

La mayoría de ellas solo informan el lugar y los horarios donde se realizará una colecta de sangre, pero no se diseñan estrategias para estimular la participación. Estas intervenciones han sido desarticuladas, es decir, no hay una continuidad en las estrategias, así como labor interdisciplinaria asociada a temas de comunicación y difusión para obtener mejores resultados. Lo anterior nos lleva a plantear la siguiente pregunta: ¿cómo diseñar estrategias y herramientas para fomentar la donación altruista de sangre en contextos universitarios contemplando la realidad social y cultural de los participantes para lograr que se involucren y colaboren en estos programas?

2. La esencia

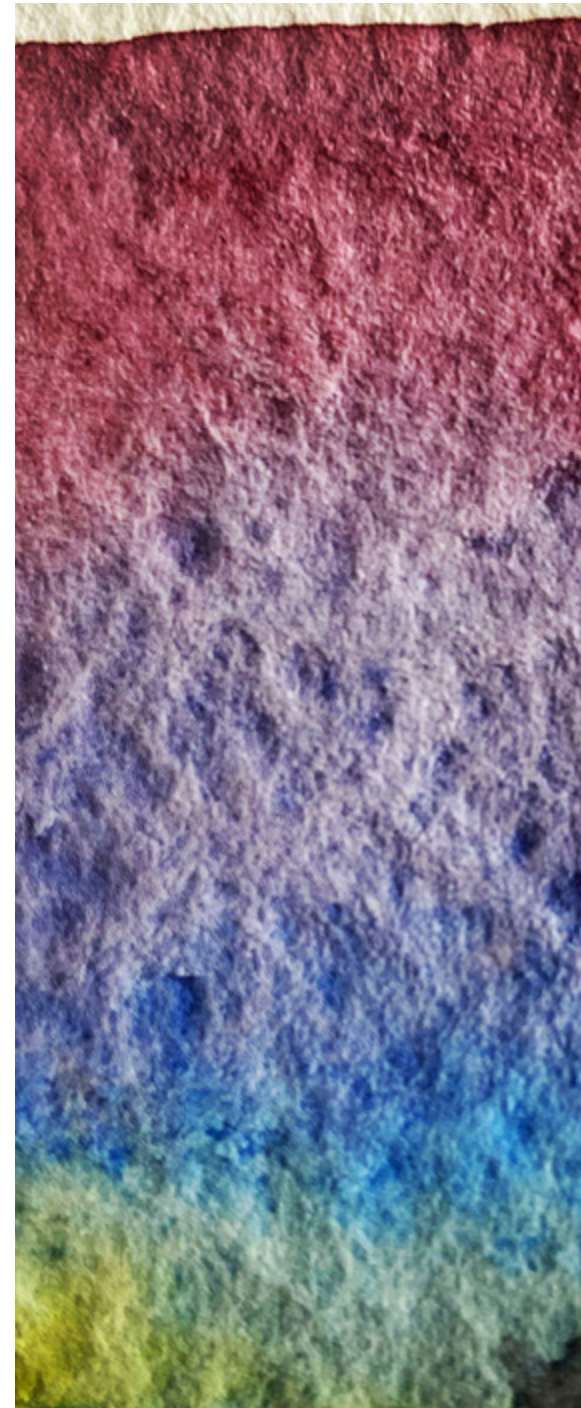
Fundamentos conceptuales

En el segundo capítulo, se centra en establecer una base teórica sólida para el proyecto, abordando los principios fundamentales relacionados con la sangre y los conceptos clave que respaldan el proyecto desde perspectivas de comunicación, diseño y sistemas.

Debido a la naturaleza interdisciplinaria de este proyecto, a lo largo de este texto se estarán empleando algunos términos relacionados con el ámbito médico y biológico. Por ello, antes de adentrarnos en esta investigación, es fundamental comprender algunos conceptos clave relacionados con la sangre. Así pues, en la primera parte de este capítulo se explora el contexto de la sangre humana, desde sus componentes esenciales hasta las complejas cuestiones de compatibilidad sanguínea. También se destacan las aplicaciones médicas de la sangre y cómo cada donación puede marcar una diferencia tangible en la vida de quienes la necesitan. Por último, se describen los diversos perfiles de donantes, estableciendo las bases para nuestra posterior investigación y análisis.

Posteriormente, en la segunda parte de este mismo capítulo, se examinan conceptos clave para la investigación, como el pensamiento sistémico y complejo, herramientas que permiten abordar este fenómeno desde una perspectiva holística y contextualizada; así como la comunicación en salud, un campo que vincula conocimientos en comunicación y salud pública.

En resumen, este capítulo no solo busca sentar las bases teóricas, sino también establecer un puente que una el conocimiento médico con las disciplinas de comunicación y diseño. Este enlace interdisciplinario es crucial, ya que permite forjar una comprensión profunda del fenómeno de la donación de sangre.



2.1 La sangre humana

2.1.1 Perspectiva cultural y simbólica

A través de la civilización, el cuerpo ha sido usado como un mensaje cultural. Es posible entender a la sociedad a la que pertenecemos mediante la manifestación del cuerpo como objeto. Por medio de él, se han representado creencias, construcciones, dialécticas, ideas, temores, excesos, construcciones y tabúes. Por tanto, es posible decir que la sangre es un símbolo cultural mediante el que la sociedad ha logrado manifestar identidad étnica, económica, sexual y generacional (Restrepo et al. 2000). Desde tiempos antiguos se le ha asociado a sucesos como la vida, la fertilidad y la muerte. En algunas culturas la sangre es considerada sagrada y se utiliza en rituales religiosos y ceremonias de iniciación. En otras está relacionada a orgullo, conquista y guerra en donde la victoria se consigue *“derramando la sangre de los enemigos”*.

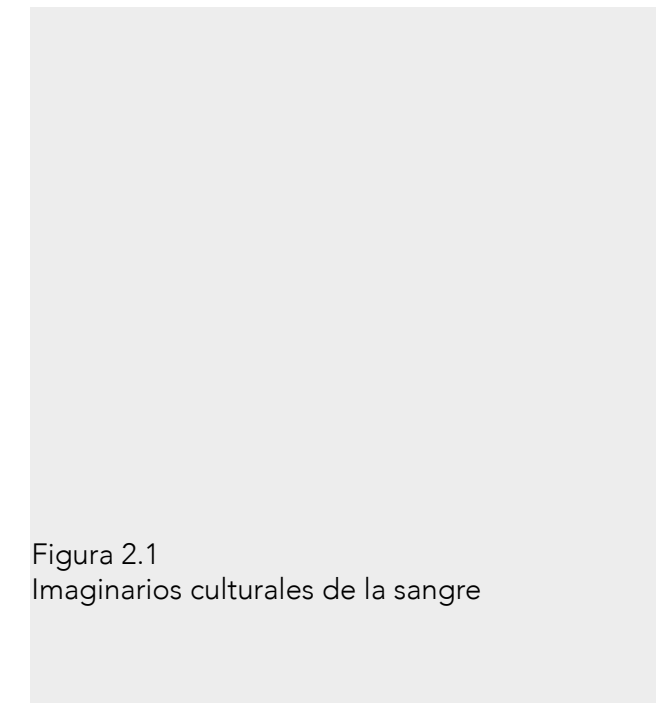


Figura 2.1
Imaginarios culturales de la sangre

Imaginarios culturales de la sangre



En el sentido místico, la sangre está relacionada con el alma, el espíritu y el origen. “La sangre de Cristo” es una referencia a la eucaristía en la religión cristiana en la que se representa a un Dios hijo que también sangra y es representado por vino en el plano terrenal. En algunas culturas se cree que la sangre contiene el poder y la esencia de los individuos, por ello sigue siendo utilizada en rituales de iniciación para crear pertenencia con un grupo.

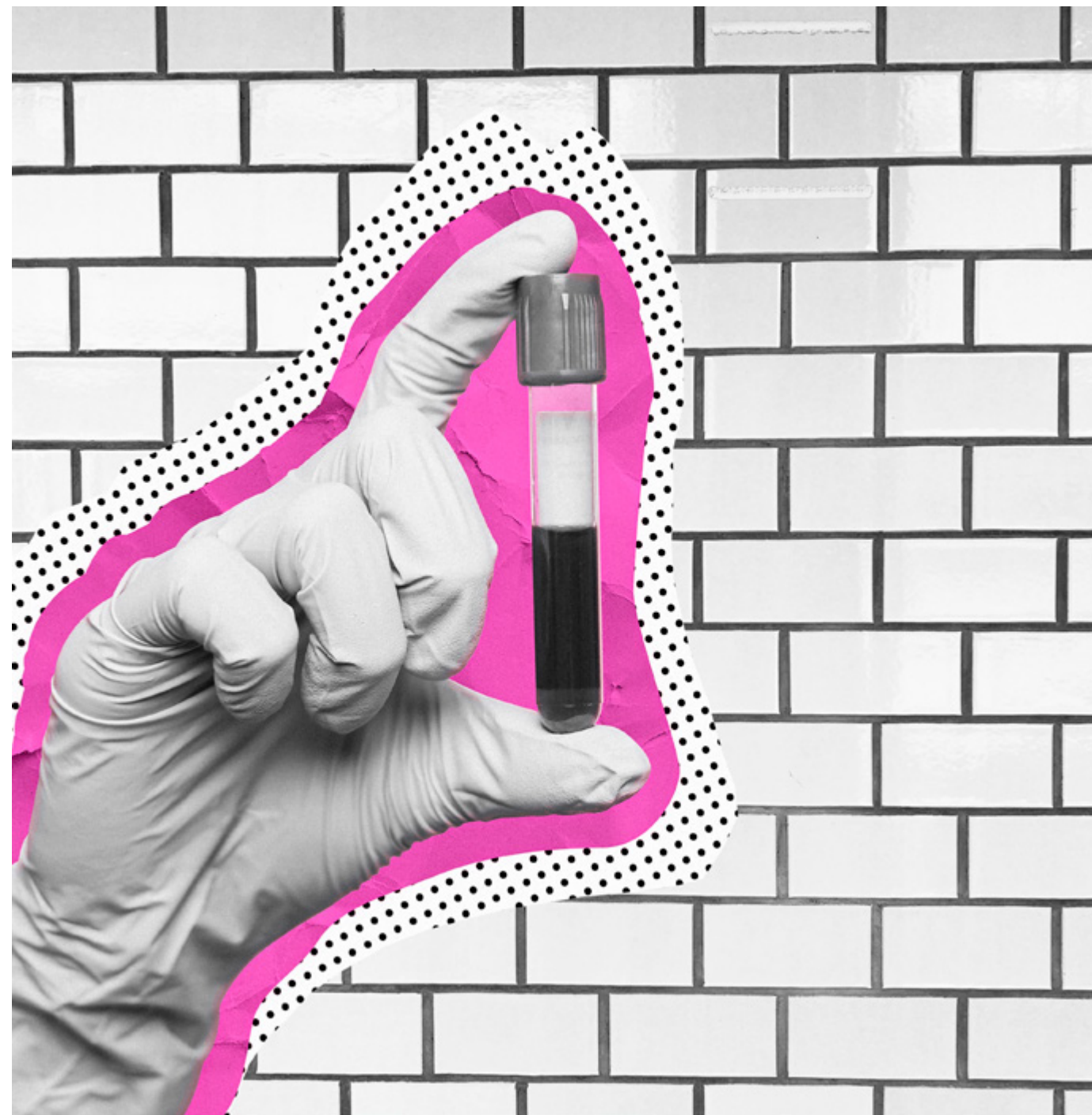
La sangre también es considerada como un símbolo familiar y de unidad, en el lenguaje coloquial es común escuchar frases como “unidos por la sangre” o “sangre de mi sangre”. También es posible encontrar referencias al linaje como con la frase “es de sangre azul”, mientras que “la sangre caliente” y “sangre fría” refieren a descripción o asociaciones a la personalidad o al sentido emocional. La sangre también ha sido utilizada en metáforas y frases populares como “sangre de campeón” en el deporte o referencias como “el vino es la sangre de la uva”.

La sangre ha sido simbolizada metafóricamente a través de su tonalidad, temperatura y movilidad, y ha servido como representación simbólica. En términos de su papel biológico, también se ha conectado a la noción de nacimiento y a tabúes, como el caso de la menstruación, la cual en ciertas culturas se percibe como impura y se asocia con la muerte y situaciones desafortunadas.

Sin embargo, es necesario crear nuevas asociaciones para evitar perpetuar creencias y estereotipos negativos. Por ello, es importante generar nuevos valores culturales a “la sangre” como el don de donar, la solidaridad, el amor, el apoyo, la responsabilidad, la ética, la protección y la empatía. De esta manera pretendemos que se convierta en un símbolo positivo y poderoso que vincule a las personas y promueva valores importantes para la sociedad.

2.1.2 Perspectiva biológica

La sangre es un tejido conectivo líquido que transporta nutrientes tales como oxígeno, sales, glucosa, hormonas, vitaminas, grasas y aminoácidos (proteínas) para llevar a cabo sus procesos biológicos. También se encarga de eliminar el dióxido de carbono (CO₂) y los desechos metabólicos que se han de eliminar después por los riñones en la orina y por el aire exhalado por los pulmones.



La sangre es un tejido vivo y forma parte del sistema sanguíneo a nivel anatómico que, a su vez junto con el sistema linfático componen el sistema cardiovascular. Juntos se encargan de defender al cuerpo de infecciones, además de estabilizar la temperatura y el pH para poder mantener el equilibrio entre todos los sistemas del cuerpo necesarios para sobrevivir y funcionar de forma adecuada, a este proceso se le llama homeostasis.

El sistema sanguíneo está constituido por el corazón y el torrente sanguíneo que, a su vez, se conforma por una red de diferentes conductos cilíndricos, conocidos como venas y arterias, de diferentes calibres que se encargan de transportar sangre y linfocitos inmunocompetentes y presentadores de antígenos que permiten reconocer los anticuerpos, bloquearlos según la infección.

La sangre es producida en la médula ósea de los huesos planos como el esternón, las costillas y los omoplatos. Cada segundo el cuerpo humano produce millones de células sanguíneas y en promedio cada cuerpo contiene 5 litros de sangre. Se estima que alrededor de un 7% del peso corporal corresponde a la sangre en los adultos.

2.1.3 ¿Cómo está conformada la sangre?

La sangre es un tejido vivo de extraordinaria fluidez que se encuentra en el interior del sistema cardiovascular (Larousse, 1991). Su coloración es roja debido a la presencia de un pigmento llamado hemoglobina, una proteína que se encuentra en el interior de los glóbulos rojos y se encarga de transportar el oxígeno desde los pulmones a los tejidos y órganos del cuerpo.

La sangre tiene algunas funciones vitales se llevan a cabo mediante la circulación, estas son:

- Transporte de gases disueltos, nutrientes, productos de desecho del metabolismo y hormonas hacia y desde los tejidos.
- Prevención de la pérdida de líquidos a través de los mecanismos de coagulación.
- Actividades de defensa inmunitaria.
- Regulación del pH y equilibrio electrolítico.
- Termorregulación mediante la contracción y dilatación de los vasos sanguíneos.

Composición de la sangre humana

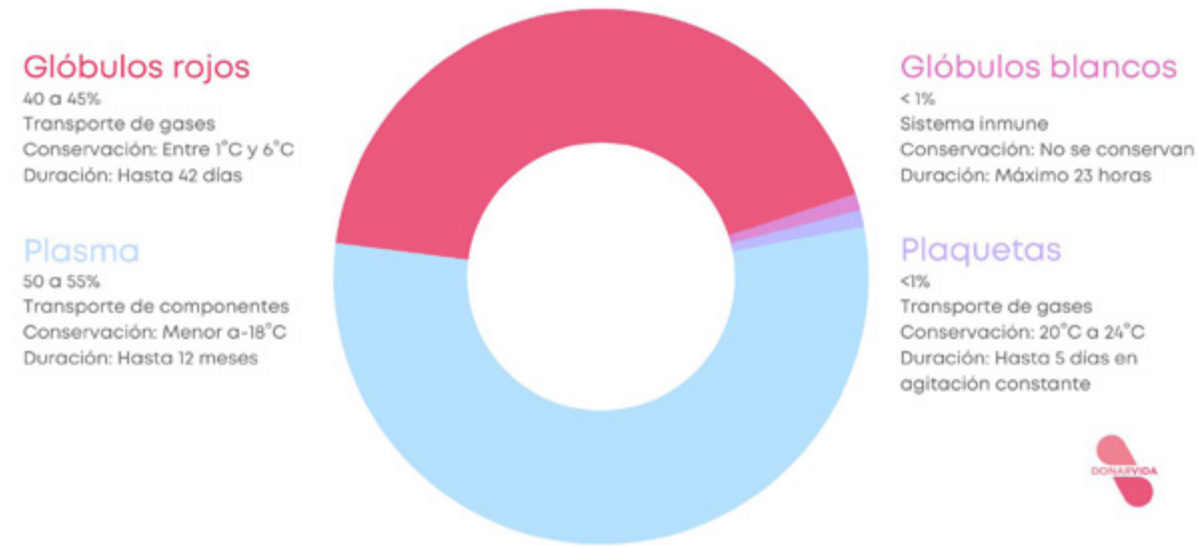


Figura 2.2
Composición de la sangre humana

Este tejido está compuesto por líquidos y sólidos que transportan en solución un considerable número de sustancias y diversos elementos celulares de distintos tipos. Es posible separarla mediante ciclos de centrifugación en sus 4 principales componentes: plasma, glóbulos blancos, plaquetas y glóbulos rojos.

Entre el 50 y 55% de la sangre corresponde al plasma, compuesto por agua, sales y proteínas. Este, una vez recolectado puede conservarse por hasta 12 meses. Como hemoderivado debe mantenerse a una temperatura menor a -18°C. Se utiliza principalmente en tratamientos de coagulación, enfermedades con deficiencia de proteínas y tratamiento de quemaduras.

Los glóbulos blancos o leucocitos combaten infecciones y asisten los procesos inmunológicos. Los glóbulos blancos no pueden ser almacenados ya que son células vivas, sin embargo, existen algunos tratamientos en los que, por medio de filtración son separados y transferidos en un tiempo menor a 24 horas. A este proceso se le llama leucocitaféresis, es un procedimiento especializado que requiere estrictas medidas de seguridad y calidad y es usado en tratamientos para pacientes con leucemia, anemia y cáncer.

Sistema ABO y Rh



Figura 2.3
Sistema ABO y Rh

Compatibilidad sanguínea grupo A

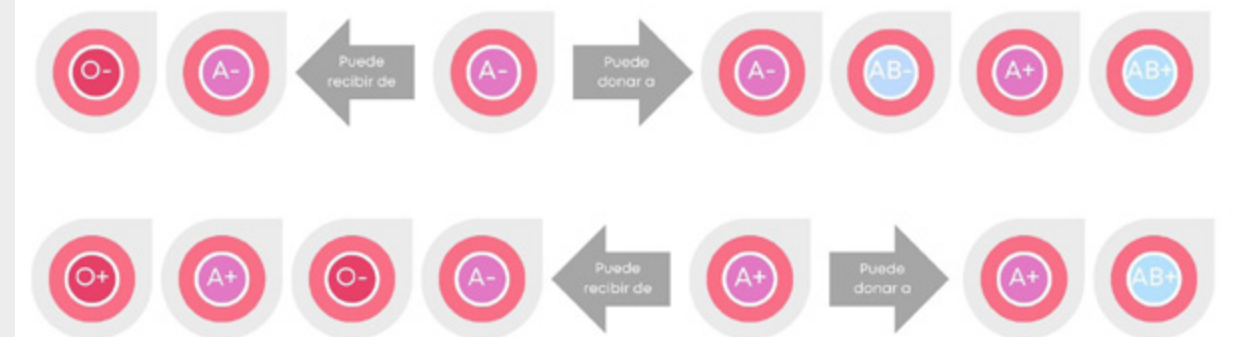


Figura 2.4
Compatibilidad sanguínea grupo A

Las plaquetas o trombocitos son los encargados de la coagulación sanguínea. Estas deben mantenerse a una temperatura de 22°C y pueden ser almacenadas entre 5 y 7 días en agitación constante para su óptima conservación.

Los glóbulos rojos también conocidos como hematíes o eritrocitos componen entre el 40 y 45% de la parte sólida del tejido. Son los encargados de transportar los gases (oxígeno y dióxido de carbono). Para su conservación deben permanecer a una temperatura entre 1 y 6°C y como hemoderivados tienen una duración de hasta 42 días. Su principal uso es en tratamientos de anemias y hemorragias.

2.1.4 Grupos sanguíneos y su compatibilidad

En 1930, Karl Landsteiner ganó el premio Nobel de fisiología o medicina por clasificar los diferentes grupos sanguíneos A, B y O. Más adelante, su equipo de investigación completó la clasificación sumando el tipo AB de los grupos sanguíneos.

Los grupos sanguíneos son clasificaciones de la sangre basadas en la presencia o en la ausencia de ciertos antígenos. Los antígenos son sustancias que se encuentran en la superficie de los glóbulos rojos y que el cuerpo reconoce como propias o ajenas, por lo tanto, son capaces de desencadenar respuestas inmunitarias. Los antígenos A y B son los principales y determinan los grupos sanguíneos A, B, AB y O, el cual carece de antígenos.

En cuanto al factor Rhesus (Rh) o antígeno D, corresponde a una proteína hereditaria que se encuentra en la superficie de los glóbulos rojos, por lo tanto, un tipo de sangre positivo (Rh+ o RhD+) corresponde a un portador de este antígeno; en caso de ser negativo (Rh- o RhD-), el tipo de sangre no porta dicha proteína.

El grupo sanguíneo A, contiene el antígeno tipo A en sus glóbulos rojos. Los anticuerpos que se encuentran en el plasma que rodea a los hematíes de este grupo corresponden a ANTI-B. Las personas con sangre A- pueden recibir sangre de los grupos O- y A- y pueden donar a A-, AB-, A+ y AB+. Las personas con sangre A+ pueden recibir sangre tipo O+, A+, O- y A- y pueden donar a A+ y AB+.

Figura 2.5
Compatibilidad sanguínea grupo O

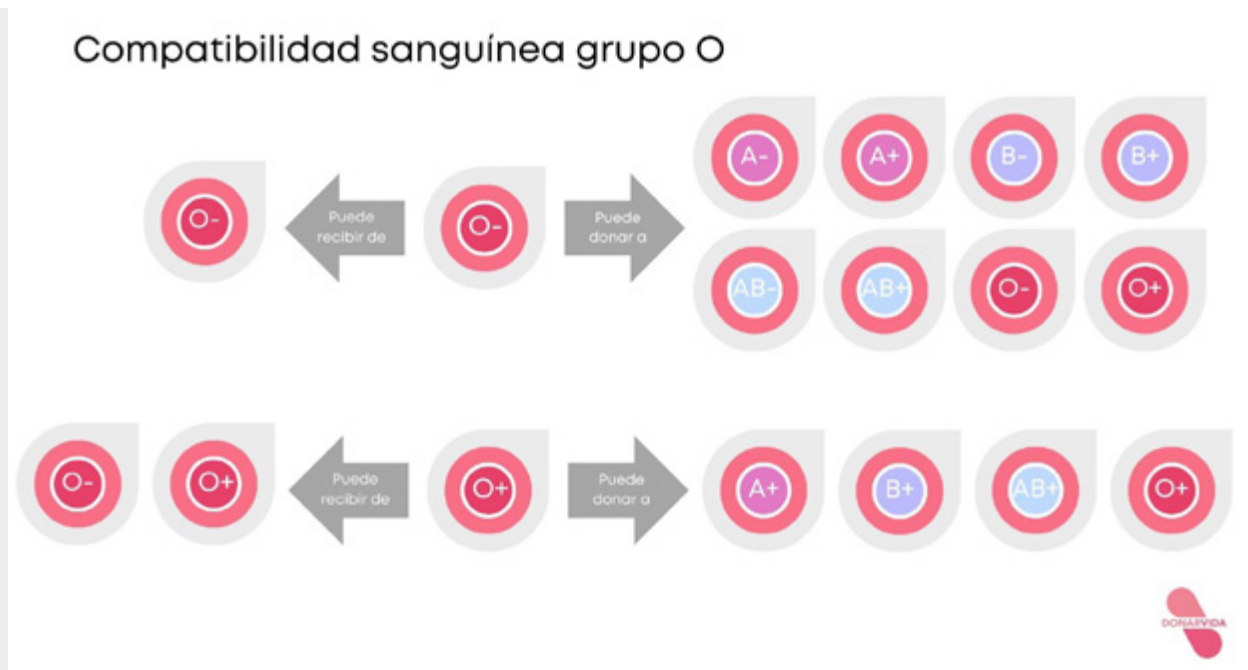
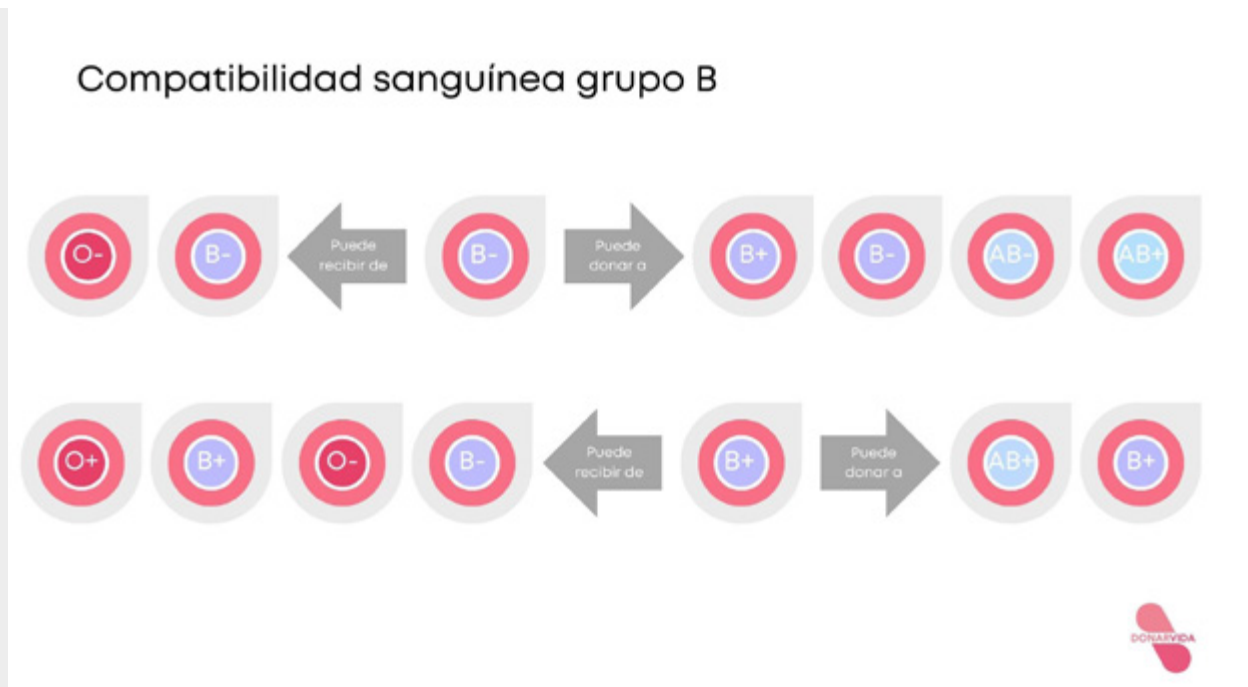


Figura 2.6
Compatibilidad sanguínea grupo B



Compatibilidad sanguínea grupo AB

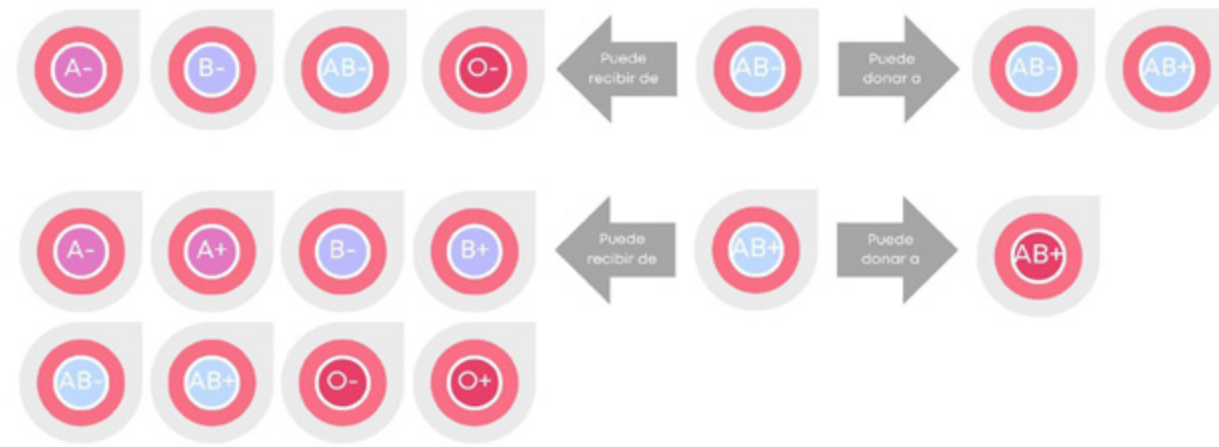


Figura 2.7
Compatibilidad sanguínea grupo AB

Frecuencia de grupos sanguíneos en México

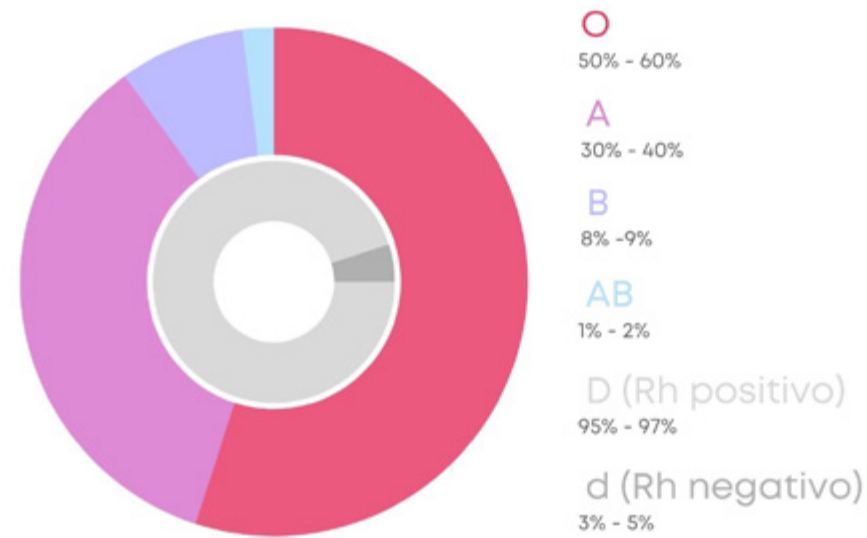


Figura 2.8
Frecuencia de grupos sanguíneos en México

Grupos sanguíneos y compatibilidad

GRUPOS SANGÜINEOS	PROVOCAN REACCIÓN EN	A QUIENES PUEDEN DONAR	DE QUIENES PUEDEN RECIBIR
O	A, B	A, B, AB, O	O
A	B	A, AB	A, O
B	A	B, AB	B, O
AB		AB	A, B, AB, O
Rh+		Rh+	Rh+, Rh-
Rh-	Rh+	Rh+, Rh-	Rh-

SON DONANTES UNIVERSALES
 SON RECEPTORES UNIVERSALES

Figura 2.9
Grupos sanguíneos y compatibilidad

El grupo sanguíneo B corresponde al grupo sanguíneo portador del antígeno B en sus glóbulos rojos. Las personas con grupos sanguíneos AB tienen ambos antígenos en sus glóbulos rojos. En cambio, las personas que tienen grupo sanguíneo O no tienen ninguno de estos antígenos.

El grupo sanguíneo O corresponde al grupo un grupo sanguíneo que no porta antígenos A ni B en sus glóbulos rojos. En México, predomina el grupo sanguíneo O+, sin embargo, a nivel mundial, el grupo sanguíneo con mayor escasez es O-, a pesar de ser un donador universal ya que no posee ningún antígeno, solo puede recibir este grupo sanguíneo. Por ello, es importante que quienes son parte de este selecto grupo tengan personas compatibles identificadas en su entorno para poder apoyarse mutuamente en caso de requerir una donación de sangre.

El grupo sanguíneo AB contiene antígenos A y B en la superficie de los glóbulos rojos. Las personas con grupo AB son consideradas como receptores universales ya que pueden recibir sangre de cualquier grupo sanguíneo sin desencadenar respuestas inmunitarias graves. Sin embargo, debido a que poseen un tipo de sangre poco frecuente, es difícil encontrar donantes de sangre compatibles en caso de necesitar una transfusión.

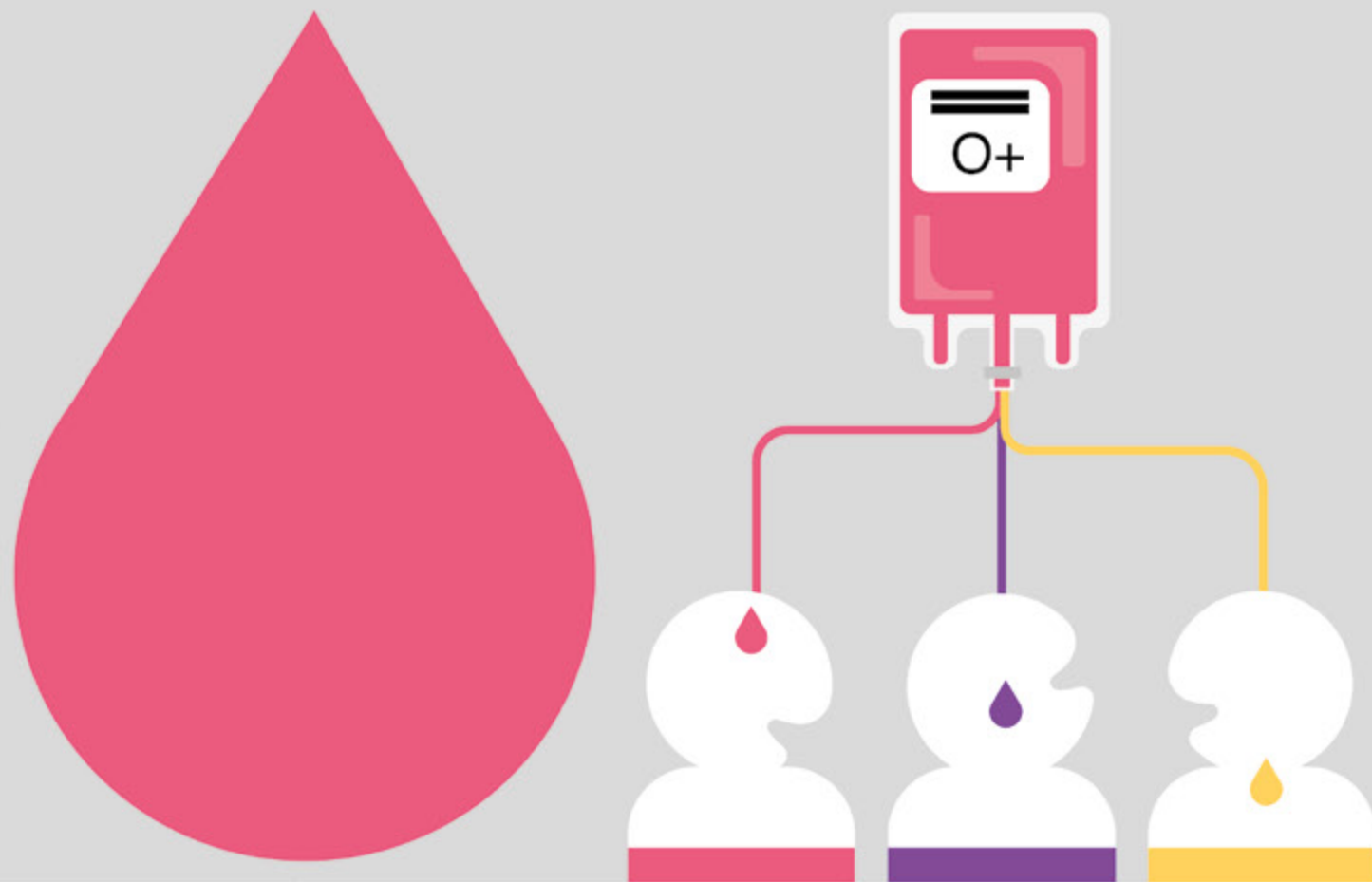
La sangre

Hay vida dentro de tí.

La sangre es mucho más que un líquido rojo que corre por tus venas. Descubre su increíble mundo y cómo puedes ser un héroe a través de la donación de sangre.

Funciones de la sangre

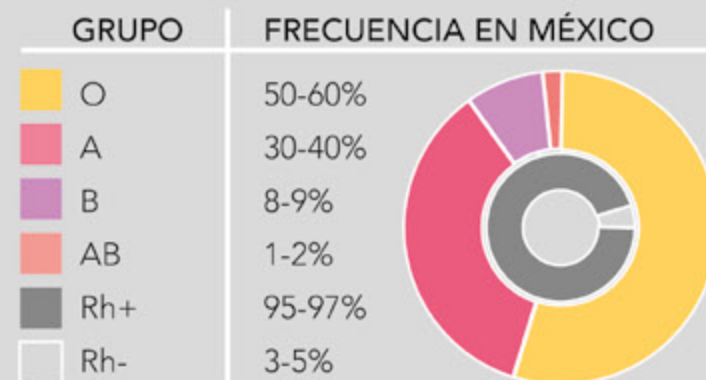
La sangre es un tejido vivo que se encuentra en el interior del sistema cardiovascular. Tiene un color rojo debido a la hemoglobina, una proteína que se encuentra en el interior de los glóbulos rojos encargada de transportar el oxígeno desde los pulmones a los tejidos y órganos del cuerpo. También es la encargada de eliminar los desechos y dióxido de carbono y defiende tu cuerpo contra enfermedades y toxinas. Su temperatura interior es de 37°C. Tenemos alrededor de 6 litros de sangre en nuestro cuerpo y solo puede ser reemplazada por sangre donada por otra persona.



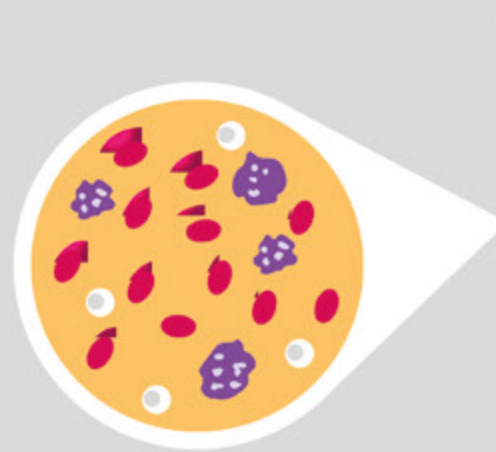
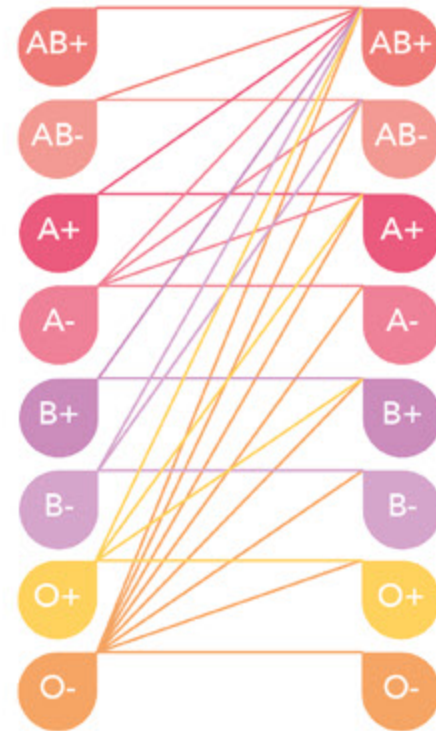
México ocupa el último lugar de donación sanguínea en Latinoamérica y solo el 1% de las donaciones son altruistas.

Sistema de clasificación A, B, AB y O

La sangre humana se clasifica en 4 grupos según su composición y carga de antígenos



DONANTE RECEPTOR



Como está conformada

El plasma es el líquido que transporta nutrientes y los globulos blancos, que se encargan de la defensa contra las infecciones.

Las plaquetas sirven para la coagulación y cicatrización.

Los glóbulos rojos son portadores de oxígeno por todo nuestro cuerpo.

¿Por qué donar?

En México se llevan a cabo más de 50 000 intervenciones diariamente. La necesidad de componentes sanguíneos es universal pero el acceso a ellos no lo es. La OMS recomienda que el 100% de los donantes sean altruistas, pues conlleva una oferta de sangre más adecuada, regular y segura.

Los principales usos

Los principales usos de la sangre donada son cirugías y traumatismos, tratamiento de enfermedades crónicas, cáncer, trastornos de coagulación, enfermedades del hígado y riñones, complicaciones en el embarazo y parto, enfermedades autoinmunes y trasplantes de órganos



Donar sangre tiene beneficios

Cuando donas sangre puedes salvar hasta 3 vidas ya que cada unidad de 450 ml. se separa en plasma, plaquetas y glóbulos rojos.

Además de la satisfacción de ayudar a otras personas, tu sangre se renueva y tienes el beneficio de evaluar tu estado de salud.

Requisitos de donar

- Tener entre 18 y 65 años
- Puedes donar si tienes tatuajes o perforaciones 12 meses después de su colocación.
- Haber descansado la noche anterior
- 4 horas de ayuno
- No consumir alimentos grasos el día previo a la donación
- Debes mantenerte hidratado

Identificar los grupos sanguíneos y poder clasificarlos permite entender las necesidades particulares de cada tipo de sangre y saber cómo actuar ante embarazos y transfusiones sanguíneas evitando complicaciones de incompatibilidad.

2.1.5 Principales usos de las transfusiones sanguíneas

La sangre donada, como se ha mencionado, se fracciona en glóbulos rojos, blancos, plaquetas y plasma. A estos se les llama hemocomponentes y tienen diferentes usos de acuerdo con la intervención por realizar.

Los glóbulos rojos por reposición se utilizan en una amplia variedad de intervenciones hospitalarias en las que hay pérdidas significativas de sangre o ante la disminución de producción de glóbulos rojos. Algunas de estas principales intervenciones son cirugías mayores en las que los glóbulos rojos previenen la anemia y facilitan la recuperación del paciente. Así mismo, en las unidades de traumatología son requeridos para los pacientes que han sufrido lesiones graves como accidentes automovilísticos.

Los glóbulos rojos también son de gran ayuda frente a enfermedades crónicas como la insuficiencia renal crónica o la enfermedad pulmonar obstructiva crónica y de vital importancia frente a tratamientos con quimioterapia y ante hemorragias gastrointestinales.

Por otra parte, la reposición de glóbulos blancos o, como también se le llama, terapia de transfusión de leucocitos, es una técnica utilizada en el tratamiento de trastornos hematológicos y oncológicos que afectan el sistema inmunológico. Su objetivo es aumentar el número de glóbulos blancos en la sangre para mejorar la capacidad del cuerpo para combatir infecciones y otras enfermedades. Las principales intervenciones en las que se utilizan los glóbulos blancos por reposición son quimioterapia, trasplante de células madre e inmunodeficiencia. Es importante destacar que la reposición de glóbulos blancos es un tratamiento que conlleva ciertos riesgos y efectos secundarios por lo que su uso debe ser supervisado por médicos especialistas.

Por último, la reposición de plasma es utilizada en una variedad de intervenciones hospitalarias como pérdida de sangre en casos de hemorragias graves. La administración de plasma por reposición ayuda a reemplazar los líquidos y proteínas perdidos y permite prevenir el shock hipovolémico en el que, por la pérdida de sangre, el corazón deja de

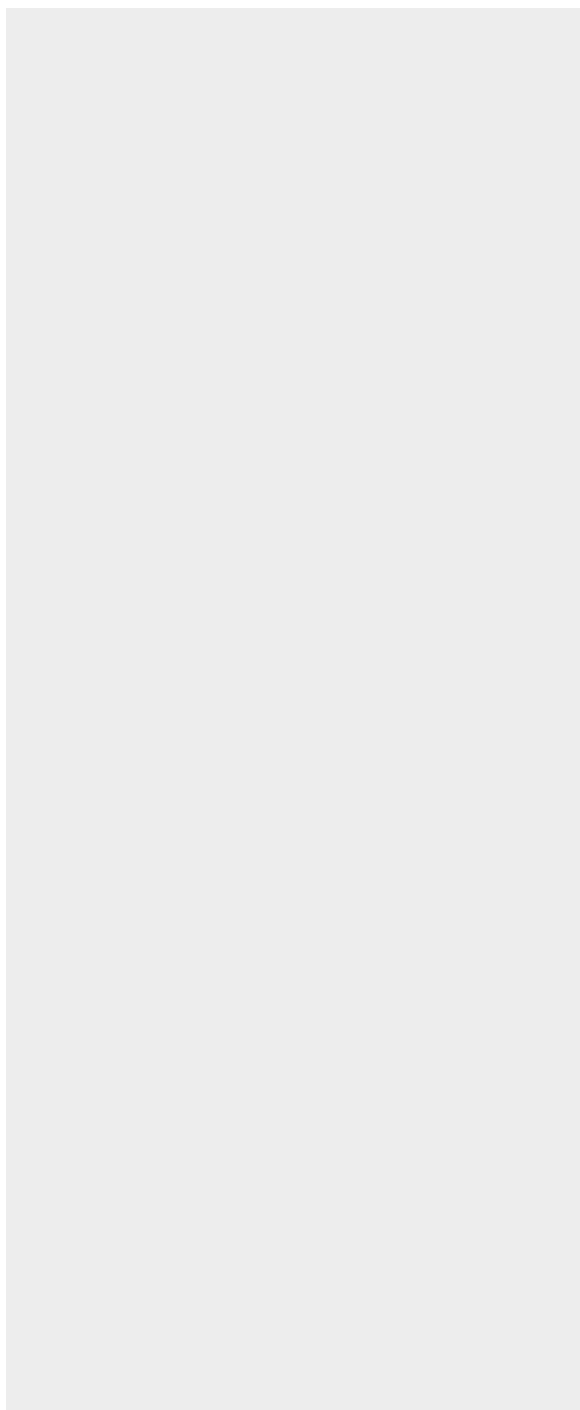
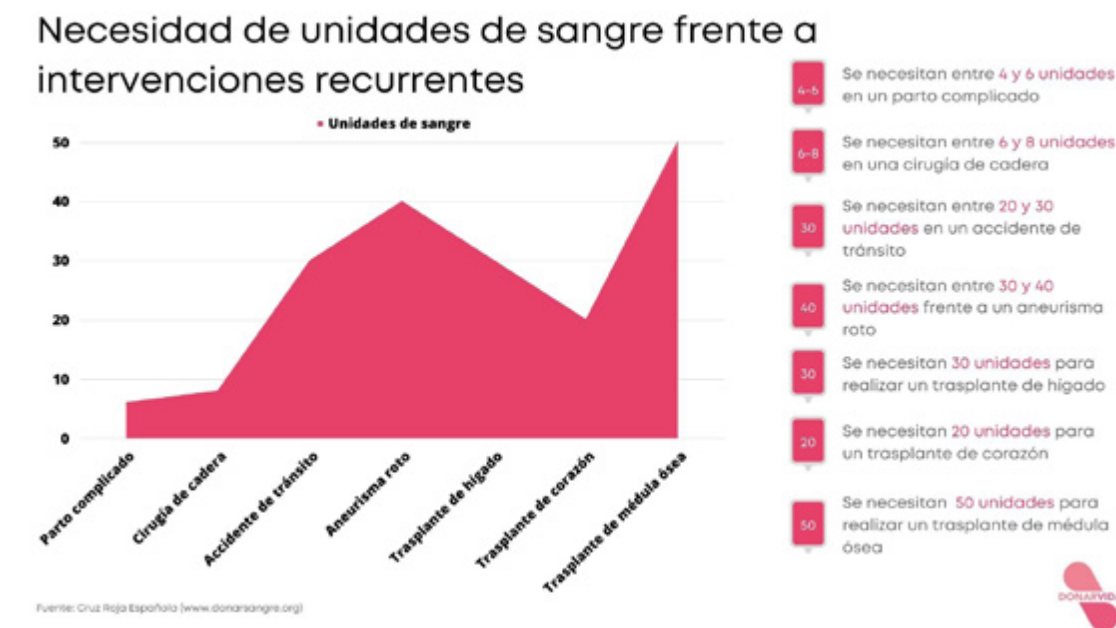


Figura 2.10
Necesidad de unidades de sangre frente a intervenciones recurrentes



bombear y provoca que los órganos dejen de funcionar. También es fundamental en pacientes con quemaduras graves y cirugías mayores en las que asegura una adecuada coagulación.

El plasma es necesario para reponer factores de coagulación en la sangre en enfermedades como la hemofilia y ante insuficiencia hepática, en la que la administración de plasma puede ser necesaria para reponer las proteínas de la coagulación que el hígado no puede producir adecuadamente.

La técnica de reposición de plaquetas es utilizada en tratamientos para personas con trastornos hematológicos y oncológicos que afectan la coagulación sanguínea, el objetivo es aumentar el número de plaquetas en la sangre para prevenir o tratar sangrados. Las principales intervenciones en las que se utiliza la reposición por plaquetas son quimioterapia y radioterapia, ya que suelen dañar las células de la médula ósea las cuales producen las plaquetas. También son indispensables en intervenciones de trasplante de células madre y enfermedades de médula ósea como leucemia.

Es importante recordar que las cirugías pueden provocar la pérdida de sangre durante las intervenciones, por lo que, contar con unidades de plasma, plaquetas, glóbulos blancos y rojos es fundamental para los servicios de salud. Tener en cuenta todos los usos de la sangre permite visibilizar la importancia de contar con una reserva de esta.

2.1.7 Donantes y Receptores

A lo largo de este texto se hablará constantemente de diversos tipos de donantes. A lo largo de este texto se hablará constantemente de diversos tipos de donantes, por ello es relevante precisar sus definiciones. La OMS menciona tres tipos de donantes: familiares o allegados, donantes remunerados y voluntarios no remunerados (OMS, 2023).

Sin embargo, para fines de esta investigación identificamos tres tipos de donantes bajo las siguientes denominaciones:

i. Donantes por reposición

Son personas que proporcionan su sangre o componentes sanguíneos a favor de un paciente, en respuesta a una solicitud específica por parte del personal de salud, familiares o amigos del paciente.

ii. Donantes por reposición remunerados

Son aquellos que aceptan donar en favor de una persona específica a cambio de algún pago monetario.

iii. Donantes altruistas

Estos donantes son personas que proporcionan su sangre o componentes sanguíneos para uso terapéutico de quien lo requiera, sin la intención de beneficiar a una persona en particular. Los donantes altruistas son motivados únicamente por sentimientos humanitarios y de solidaridad, sin esperar retribución alguna a cambio y sin que medie una solicitud específica por parte del personal de salud, familiares o amigos del paciente.

Receptores

Las transfusiones de sangre son necesarias en situaciones en las que el cuerpo no es capaz de producir suficiente sangre o de mantener los niveles adecuados de componentes sanguíneos necesarios para el correcto funcionamiento del organismo.



Algunas de las razones más comunes por las que se pueden necesitar transfusiones de sangre incluyen:

1. **Pérdida de sangre:** Si una persona pierde una cantidad significativa de sangre debido a una lesión, cirugía, enfermedad o cualquier otra causa, puede ser necesario reemplazar la sangre perdida mediante una transfusión.
2. **Enfermedades que afectan la producción de sangre:** Algunas enfermedades, como la anemia, la talasemia y la leucemia, pueden reducir la cantidad de células sanguíneas en el cuerpo, lo que puede requerir transfusiones para mantener los niveles adecuados.
3. **Tratamientos médicos:** Diversos tratamientos médicos, como la quimioterapia y la radioterapia, pueden dañar las células sanguíneas y requerir transfusiones para reemplazarlas.
4. **Trastornos de la coagulación:** Algunos trastornos de la coagulación pueden hacer que una persona tenga dificultades para detener el sangrado, lo que puede requerir transfusiones de plaquetas o factores de coagulación para ayudar a controlar el sangrado.

Los receptores de transfusiones de sangre en México pueden ser personas de todas las edades y de ambos sexos que necesitan reemplazar la sangre o sus componentes debido a diversas circunstancias. Algunos de los receptores más comunes de transfusiones de sangre en México incluyen:

Personas con anemia: La anemia es una condición en la que el cuerpo no produce suficientes glóbulos rojos o hemoglobina, lo que puede causar fatiga, debilidad y otros síntomas. Las personas con anemia pueden requerir transfusiones de glóbulos rojos para aumentar los niveles de hemoglobina en la sangre.

Pacientes sometidos a cirugía: Las personas que se someten a cirugía pueden perder sangre durante el procedimiento y requerir transfusiones para reemplazar la sangre perdida.

Pacientes con enfermedades crónicas: Las personas con enfermedades crónicas como la enfermedad renal crónica, la enfermedad de células falciformes y la hemofilia pueden requerir transfusiones de sangre para tratar los síntomas de su enfermedad.

Víctimas de accidentes y traumas: Las personas que sufren accidentes o traumas pueden perder una cantidad significativa de sangre y requerir transfusiones de sangre para estabilizar su condición y evitar complicaciones.

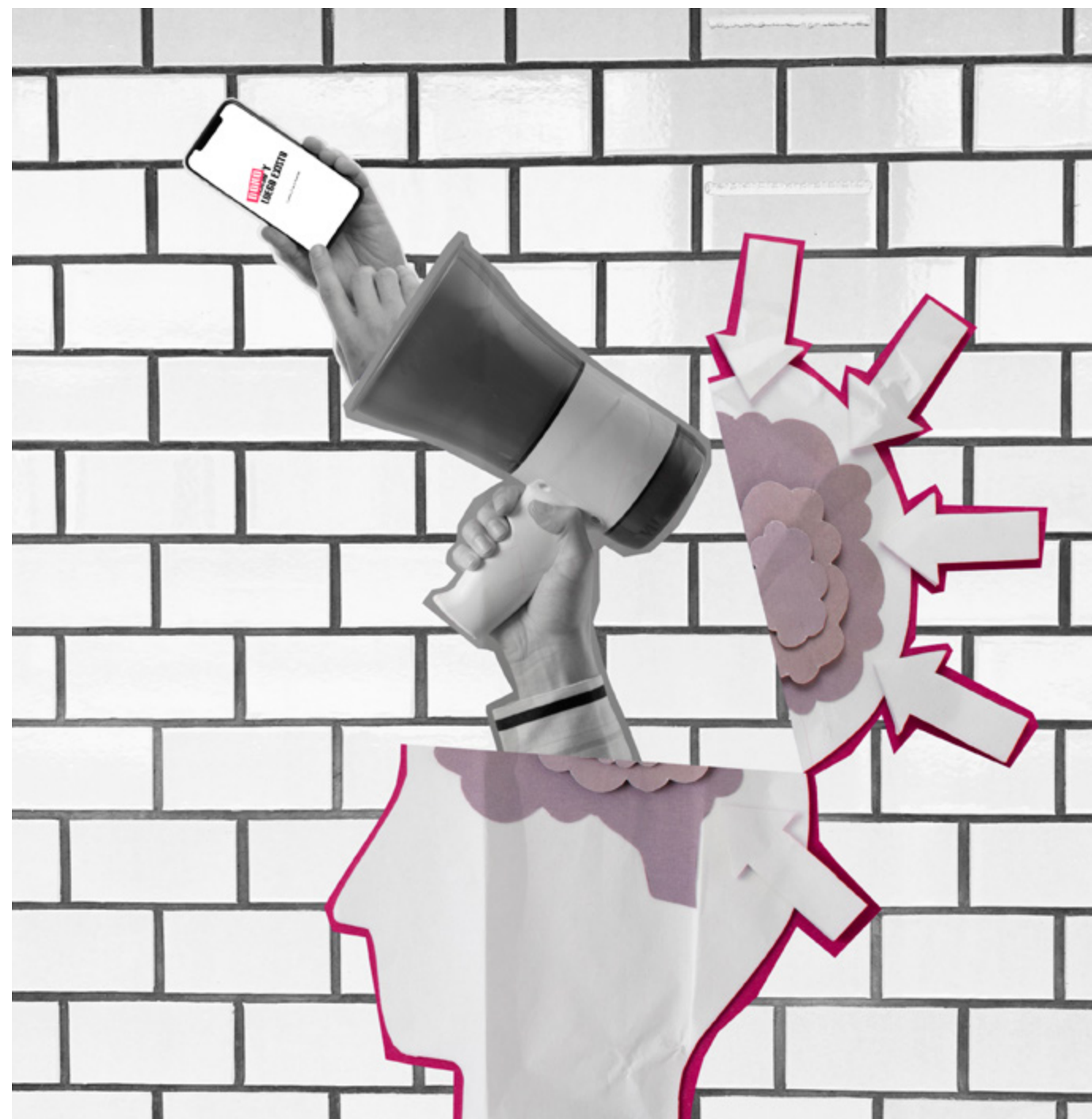
En última instancia, todos, en algún momento de nuestras vidas, podríamos necesitar una transfusión sanguínea. La importancia de tener una reserva de sangre radica en garantizar que, cuando llegue el momento, todos tengan acceso a transfusiones seguras y efectivas.

2.2 Comunicación en Salud

Los problemas relacionados con la salud, como la donación de sangre, son complejos y requieren ser abordados de forma integral y sistémica. La donación de sangre, tal como ya se ha explicado, no es solo un problema concerniente a las ciencias de la salud, también otras disciplinas como la comunicación se vuelven una herramienta fundamental para abordar las barreras y desafíos que limitan la participación activa en esta práctica altruista. Algunas de estas barreras son la falta de conocimiento y comprensión de la donación de sangre, así como la presencia de falsas creencias y temores, lo que se traduce en una baja participación en este acto altruista. Por lo anterior, la integración de un enfoque de comunicación se convierte en una necesidad apremiante, ya que es fundamental para sensibilizar, educar y motivar a las personas a donar sangre de forma altruista.

El cruce constante de estas áreas del conocimiento, la salud y la comunicación, ha consolidado el campo de comunicación en salud, un campo multidisciplinario que se complementa, además de ciencias de la salud y comunicación, de otras disciplinas como la antropología, la sociología, la psicología la neurociencia, el diseño y la ingeniería. Para Busse y Godoy (2016, pp. 10-13), la comunicación en salud es definida como “el arte y las técnicas para informar, influir y motivar al público sobre temas de salud relevantes desde la perspectiva individual, comunitaria e institucional” y “se ocupa de la prevención de enfermedades, las políticas de salud y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y los individuos”.

Por su parte, para la OMS la comunicación en salud comprende el estudio y la implementación de estrategias de comunicación para informar y motivar decisiones, individuales o comunitarias, que mejoren la salud (U.S. Department of Health and Human Services, 2000). Las primeras concepciones sobre este tema surgieron cuando en foros mundiales de salud se comenzó a hablar sobre promoción de la salud. Este concepto fue propuesto por el doctor Henry Sigerist para intentar superar el enfoque únicamente



médico de la salud, pero fue hasta dos décadas después, en 1974, que Canadá reconoce este enfoque y lo hace público a través del Informe Lalonde, en el que se propone el trabajo en el campo de la salud desde una perspectiva social (Atoche, 2023).

A lo largo del tiempo, se ha experimentado un cambio sustancial en la concepción de la salud y la comunicación en salud, marcado por un desplazamiento hacia lo cualitativo. Se ha transitado desde un enfoque difusionista, individualista y predominantemente biomédico hacia una perspectiva en la cual la cultura, las relaciones sociales y la participación activa de aquellos directamente afectados por la problemática son los elementos esenciales para la formulación de programas de comunicación en salud (Mosquera, 2002). Este cambio refleja una evolución en la comprensión de la interconexión entre la salud y la comunicación, reconociendo la importancia de aspectos socioculturales y la necesidad de involucrar activamente a la comunidad en la definición y desarrollo de estrategias comunicativas efectivas.

2.2.1 De la comunicación para el cambio de conducta a la comunicación para el cambio social

En un primer acercamiento a la problemática de la donación de sangre, se detectó que la información disponible para quienes tienen la intención de donar es confusa y desorganizada. Lo anterior provoca que, en muchas ocasiones, los interesados desistan de la tarea propuesta. Por ello, a través de una rápida lluvia de ideas, surgió la propuesta de crear un banco de información en el que las personas pudieran encontrar en un mismo lugar toda la información necesaria para acudir a donar.

Consecuentemente, al revisar las aproximaciones teóricas sobre comunicación emergen tres principales enfoques desde los que se han abordado las problemáticas de la salud: comunicación para el cambio de conducta, comunicación para la promoción, defensa o reivindicación y comunicación para el cambio social (Tufté, 2011). El primero de estos enfoques, en el que podría situarse nuestra primera idea planteada, centra su atención en el cambio de comportamiento a nivel individual y suele argumentar que el problema consiste en la falta de información.

Este enfoque ha sido utilizado para desarrollar estrategias comunicacionales en diversos contextos, como en el combate al VIH/SIDA. Sin embargo, en este caso, experiencias en muchos países han demostrado que “las personas tienen niveles cada vez más altos de conocimiento fáctico y están al tanto de los mensajes clave y el comportamiento a seguir respecto del VIH/SIDA, pero esto no está llevando al cambio de comportamiento” (Tufte, 2011, p.251). Por ello, el debate se ha dirigido cada vez más hacia los otros dos enfoques: la comunicación para la promoción, defensa o reivindicación, y la comunicación para el cambio social.

El enfoque de la comunicación para la promoción, defensa o reivindicación está orientado a promover los derechos y reivindicar los problemas que afectan a un grupo. Parte de los esfuerzos de este enfoque también están orientados a enfatizar la responsabilidad de los gobiernos e influenciar el desarrollo de políticas públicas. En nuestra investigación este enfoque también resulta útil, pues hemos detectado que en la práctica de donación de sangre se ha discriminado y estigmatizado a diversos grupos, principalmente por la manera en la que ejercen su sexualidad.

Por último, el enfoque de comunicación para el cambio social reconoce que, en los problemas investigados, existen causas subyacentes como la pobreza, desigualdad de género, desempleo, etc. Es decir, busca “tratar los determinantes estructurales que llevan a estas situaciones, y a menudo está basada en procesos participativos en los cuales el empoderamiento y los derechos humanos constituyen preocupaciones centrales” (Tufte, 2011, p. 149).

De acuerdo con Gumucio (2011), la formulación conceptual de la comunicación para el cambio social comenzó a darse a partir de 1997. Esto como resultado de una serie de reuniones entre especialistas de comunicación y participación social que fueron convocados por la Fundación Rockefeller para discutir el papel de la comunicación en los cambios sociales emergentes. El concepto puede sintetizarse como “un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos” (Communication for Social Change Consortium, 2003).

2.2.2 Modelos para la estrategia de “Donar Vida”

Los tres enfoques que se han descrito anteriormente a menudo terminan complementándose entre sí. Esto no es diferente en el presente proyecto, para el cual se retomarán bases del Modelo de Creencias de la Salud, un modelo conductual; así como fundamentos del enfoque participativo de la comunicación de la salud propuesta por Alfonso Gumucio.

El Modelo de Creencias de la Salud, o HBM por sus siglas en inglés, es una teoría ampliamente utilizada en el campo de la salud pública y la promoción de la salud. Fue desarrollado en la década de 1950 por los psicólogos Irwin M. Rosenstock y Victor J. Strecher, con el propósito de comprender y predecir los comportamientos relacionados con la salud de las personas (Hochbaum, 1958; Rosenstock, 1960). También ha sido empleado para estudiar la adherencia a los tratamientos médicos en respuesta a una enfermedad diagnosticada (Becker, 1974).

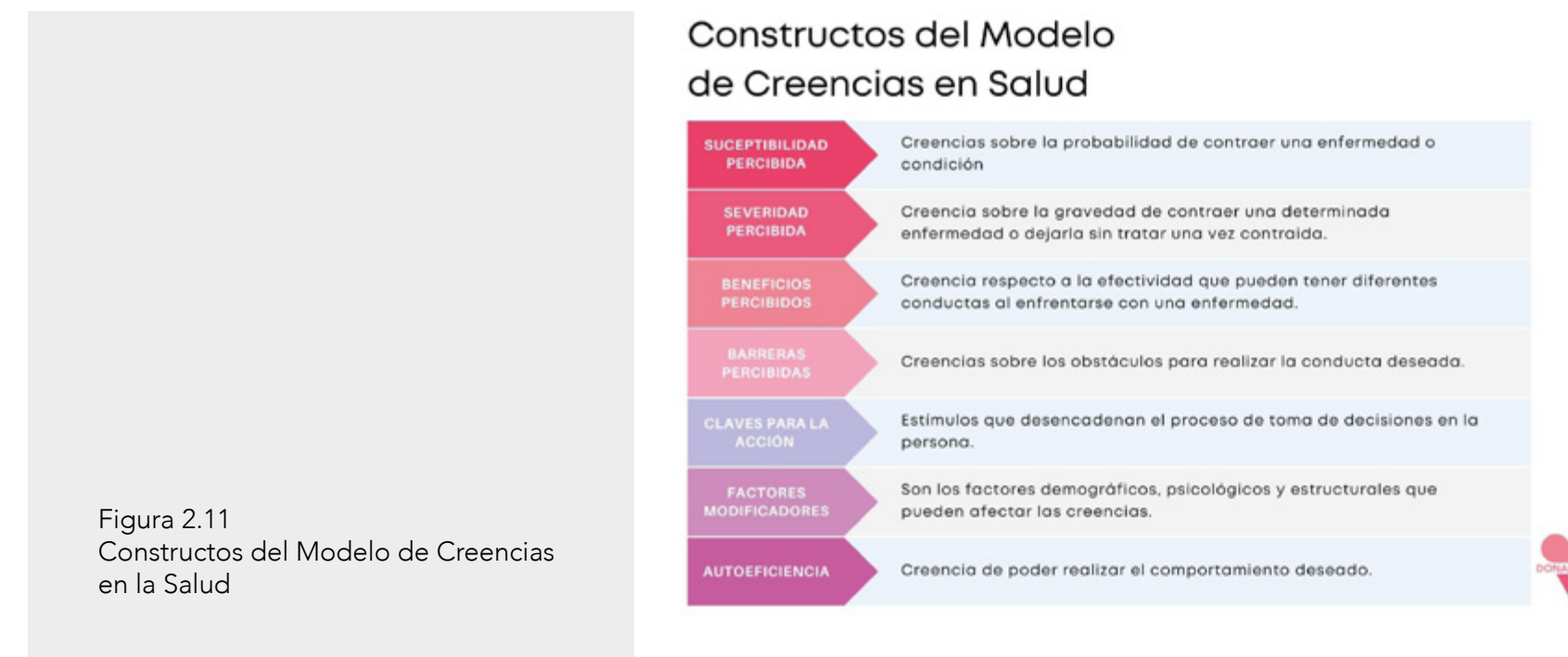


Figura 2.11
Constructos del Modelo de Creencias en la Salud

Este modelo se basa en la idea de que las creencias y percepciones individuales influyen en las decisiones de salud y en la adopción de comportamientos saludables. Según el modelo, la disposición de una persona para realizar una acción de salud está determinada por la combinación de varios factores clave, sobre los cuales se establecen los constructos del modelo y, que en este documento, referimos desde la perspectiva del problema de la donación de sangre:

Susceptibilidad Percibida: Se refiere a las creencias sobre la probabilidad de experimentar una enfermedad o problema de salud. Si una persona percibe que tiene una alta probabilidad de necesitar sangre en algún momento, es más probable que esté dispuesta a donar para ayudar a otros y, al mismo tiempo, asegurar que haya suficiente sangre disponible en caso de necesitarla.

Severidad Percibida: La percepción de la gravedad o impacto que tendría la enfermedad o problema de salud en la vida del individuo. Si se considera que la falta de sangre puede tener consecuencias graves, tanto médicas como sociales, para quienes la necesitan, esto puede motivar a la persona a donar para prevenir o mitigar esas consecuencias negativas.

Beneficios Percibidos: Las creencias sobre los beneficios que se obtienen al realizar acciones para reducir una amenaza a la salud. Si se cree que donar sangre tiene un impacto positivo en la vida de quienes la reciben y que puede generar una sensación de satisfacción y bienestar personal, esto puede incentivar a la donación altruista.

Barreras Percibidas: La percepción de los obstáculos o barreras que dificultan la realización de la acción de salud. Si se identifican barreras significativas para donar sangre, como el temor a las agujas o la falta de información clara, se pueden desarrollar estrategias para abordar y superar estas barreras.

Estímulos para la acción: Los factores que impulsan a la persona a actuar. Estas pueden ir desde señales sutiles, como carteles o mensajes más directos, como campañas de concientización. Sin embargo, al ser este un modelo desarrollado inicialmente desde la psicología, no se han estudiado a profundidad los estímulos para la acción, es aquí donde el papel de la comunicación y el diseño tomarán especial relevancia para el ajuste de este modelo en el proyecto Donar Vida.

La aplicación del Modelo de Creencias de la Salud en la campaña Donar Vida permitirá identificar y abordar las creencias y percepciones que influyen en la donación altruista de sangre entre los jóvenes universitarios. Al fortalecer las creencias positivas hacia la donación de sangre y eliminar las barreras percibidas, se busca inspirar a la comunidad universitaria a convertirse en donantes solidarios y agentes activos en el cuidado de la salud y el bienestar de quienes los rodean.

Comunicación de la salud con enfoque participativo

Si bien el HBM ofrece una valiosa perspectiva sobre cómo las creencias individuales influyen en los comportamientos de salud, su enfoque puede ser considerado un tanto simplista al no abordar adecuadamente la diversidad de perspectivas y contextos en una comunidad. Para atenuar las falencias de este modelo, se integrarán algunas de las contribuciones del enfoque participativo, propuesto por Alfonso Gumucio (2010).

Figura 2.12
Comunicación de la salud con enfoque participativo

Comunicación de la salud con enfoque participativo

Modelo jerárquico	Modelo participativo
Causas de comportamiento	Causas estructurales
Vertical	Horizontal
Persuasión	Concientización
Cambios individuales	Cambios colectivos
Pasiva y "bancaria"	Activa y crítica
Objetivos de cambio	Agentes de cambio
Difusión masiva	Diálogo y debate
Diagnóstico generalizado	Diagnóstico específico
Corto plazo / mensajes	Largo plazo / proceso
Acceso controlado	Apropiación en toma de decisiones



El enfoque participativo enfatiza la importancia de la co-creación, la colaboración y la inclusión de diversas voces en la formulación de estrategias de salud. Al integrar intervenciones participativas en HBM, se puede aportar para reducir estas limitaciones ampliando la comprensión de las creencias y percepciones de los jóvenes universitarios con un enfoque más integral y contextual.

Estas son algunas limitaciones del HBM que pueden mejorarse mediante un enfoque participativo:

Simplificación de la toma de decisiones: El modelo de creencias de la salud tiende a simplificar la toma de decisiones de las personas en función de sus creencias y percepciones sobre la salud. Sin embargo, las decisiones de salud son complejas y están influenciadas por diversos factores, como el contexto social, cultural y económico. El enfoque participativo permite incorporar estas complejidades al involucrar a la comunidad en la identificación de barreras y facilitadores específicos para la donación de sangre, así como en la co-creación de estrategias que respondan a sus necesidades y realidades.

Falta de consideración de las dinámicas sociales: El modelo de creencias de la salud se centra en las percepciones individuales y no siempre toma en cuenta las dinámicas sociales que influyen en la toma de decisiones y comportamientos de salud. El enfoque participativo reconoce que en los problemas sociales existen causas subyacentes como la pobreza, desigualdad de género, desempleo, etc. Es decir, busca “tratar los determinantes estructurales que llevan a estas situaciones, y a menudo está basada en procesos participativos en los cuales el empoderamiento y los derechos humanos constituyen preocupaciones centrales” (Tufte, 2011, p.150).

Comunicación unidireccional: El modelo de creencias de la salud se basa en una comunicación unidireccional, donde los mensajes son transmitidos desde expertos o autoridades de salud hacia la audiencia. Esto puede generar una falta de conexión e identificación con los mensajes, especialmente entre los jóvenes universitarios, a quienes se busca motivar para que participen activamente en las iniciativas que los involucren. El enfoque participativo promueve una comunicación horizontal, en la que se escuchan y valoran las voces de la comunidad universitaria, fomentando así una mayor identificación con la campaña y sus objetivos.



Ausencia de empoderamiento y apropiación: El modelo de creencias de la salud puede tener limitaciones en el empoderamiento y la apropiación de la comunidad hacia las intervenciones de salud. Los jóvenes universitarios pueden sentirse más comprometidos y motivados a participar en la donación de sangre si se les da la oportunidad de co-crear y liderar la campaña. El enfoque participativo busca empoderar a los jóvenes universitarios como agentes de cambio, reconociendo su papel activo en la promoción de la donación altruista de sangre.

En definitiva, el enfoque participativo propuesto por Alfonso Gumucio puede complementar las limitaciones del modelo de creencias de la salud al incorporar una perspectiva más amplia y contextualizada de la salud, involucrando a la comunidad universitaria en la toma de decisiones y acciones para promover la donación altruista de sangre. Al dar voz a los jóvenes y reconocer su capacidad para generar cambios, se puede fortalecer la efectividad y sostenibilidad de la campaña en el largo plazo.

La suma de estos dos enfoques da como resultado una variante del Modelo de creencias de la Salud que será aplicada en la estrategia de comunicación y diseño de Donar vida. Esta propuesta considera los factores contextuales para diseñar estrategias aplicadas a grupos específicos. Así mismo, incorpora la participación y la co-creación de intervenciones y pretende generar cambios colectivos y sostenibles, más allá de los cambios individuales que propone el HBM.

Modelo Donar Vida



Figura 2.13
Modelo Donar Vida

2.3 Hacia un diseño sistémico

Tal como en la comunicación de la salud se ha hablado de un cambio de paradigma hacia enfoques participativos, en el diseño sucede algo similar. Algunos teóricos comienzan a plantear que la labor de los diseñadores de información debería centrarse más en comprender de forma profunda los problemas en los que se trabaja y acercarse más a los involucrados en el mismo.

Como afirma Sheila Pontis (2022) “cada vez más diseñadores de información están abordando desafíos sociales y organizacionales en lugar de rediseñar sólo productos existentes”, es decir, las problemáticas abordadas por los diseñadores de información están progresivamente dejando de ser objetos tangibles que responden a un *brief* específico y puntual, en cambio, se busca que los diseñadores se involucren en el proceso de investigación al abordar desafíos complejos y poco definidos.

Comprender desde este enfoque el papel del diseño en esta investigación ha sido un gran punto de inflexión. Las primeras aproximaciones a la investigación de campo fueron hechas con cierta predisposición a encontrar un problema específico en el que se pudiera incidir y que esta incidencia contribuyese notablemente en el problema de la falta de donadores altruistas de sangre en México.

Sin embargo, la exploración del problema ha permitido comprender que el problema de investigación es un fenómeno complejo y multifactorial. Por lo tanto, gran parte de los esfuerzos en esta investigación serán asignados a la comprensión del problema y su contexto. Para ello, la selección de métodos comprenderá, entre otros, el mapeo contextual, el diseño participativo, el diseño centrado en la persona y la perspectiva émica.

A lo largo de esta investigación sobre la donación de sangre, se ha reconocido que abordar individualmente cada componente de este fenómeno complejo conlleva a una visión parcial de su complejidad. Por tanto, comprender los comportamientos que surgen a partir de las interacciones en el sistema ha permitido identificar áreas de oportunidad y elaborar estrategias efectivas para abordar el problema en diferentes escalas.

Por ello, se ha decidido abordar este fenómeno desde el pensamiento sistémico para comprender a los elementos, sus vínculos, las interacciones y las situaciones y contextos en los que se desarrolla el problema. Junto con este enfoque, utilizaremos la metodología del Diseño Centrado en el Humano, buscando que cada uno de los “usuarios” de la estrategia sea contemplado dentro de un todo y teniendo en cuenta sus características y necesidades específicas, pues uno de los problemas identificados es que los mensajes sobre la donación de sangre no atienden a grupos específicos y están dirigidos a la sociedad en general.

Como lo expresa el biólogo y filósofo Ludwig von Bertalanffy (1989), el encasillamiento disciplinar de los científicos afecta negativamente el esencial proceso de comunicación entre ciencias. Este planteamiento critica el estudio de fenómenos con enfoques reduccionistas y compartimentados en diferentes campos del conocimiento. En cambio, enfatiza la importancia de promover la interacción con otras disciplinas para analizar estos fenómenos desde una perspectiva más integral y holística.

Así mismo, Morin (1994) sostiene que las formas tradicionales de conocimiento, que se basan en la separación de la mente y el cuerpo, el sujeto y el objeto, y el hecho y el valor, son inadecuadas para comprender el mundo complejo en el que vivimos. Lo que Edgar Morin llama el “paradigma de simplificación” se rige por los principios de disyunción, reducción y abstracción. Una de las anomalías encontradas en este paradigma es la ceguera producida por los modos simplificadores, los cuales “mutilan, más de lo expresan, aquellas realidades o fenómenos de los que intentan dar cuenta”. De acuerdo con este teórico la causa de este problema se encuentra en el modo de organización de nuestro saber en sistemas de ideas.

En este contexto, Morin introduce la necesidad de sustituir el paradigma de disyunción/reducción/unidimensionalización por un paradigma de distinción/ conjunción que permita distinguir sin desarticular, asociar sin identificar o reducir. El pensamiento complejo es una forma de pensamiento holístico, integrador y contextual. Gran parte del trabajo en el pensamiento sistémico ha consistido en reunir a científicos de muchas tradiciones disciplinarias, permitiéndoles en muchos casos transferir métodos de una disciplina a otra (interdisciplina), o trabajar a través y entre fronteras disciplinarias, creando aprendizaje a través de una amplia variedad de partes interesadas, incluidos los investigadores y los afectados por la investigación (transdisciplinar).

Lo anterior subraya la necesidad de superar las limitaciones del enfoque disciplinario tradicional y adoptar un enfoque más complejo y holístico para abordar los fenómenos de la vida real. En relación con esta idea, este proyecto emplea un enfoque sistémico que ha permitido trascender las barreras disciplinarias. Al reunir a diversos expertos y partes interesadas, se ha logrado incorporar elementos de distintas disciplinas en el diseño y la implementación de estrategias. Además, al fomentar el diálogo entre los diversos actores involucrados en el proyecto, se ha creado un espacio para la colaboración interdisciplinaria y transdisciplinaria que ha enriquecido la comprensión de los desafíos y las soluciones relacionadas con la donación de sangre. Esta integración de perspectivas ha sido fundamental para promover una visión más amplia y completa de la problemática, fomentando así la implementación de estrategias más efectivas y significativas en beneficio de la comunidad.

Modelo reduccionista de la donación de sangre



Figura 2.14
Modelo reduccionista de la donación de sangre

2.4 La donación de sangre como sistema complejo

Un sistema complejo es un concepto utilizado en diversas disciplinas, como la física, la biología, la economía y entre otras, para describir sistemas integrados por un gran número de componentes interconectados que interactúan de manera no lineal y que tienen comportamientos difíciles de predecir a partir del estudio de sus partes individuales.

La donación de sangre es un sistema complejo porque involucra una variedad de componentes que interactúan, entre ellos:

El donante: La decisión del donante de donar sangre está influenciada por una variedad de factores, incluidos sus conocimientos y actitudes sobre la donación de sangre, sus normas sociales y sus costos y beneficios percibidos.



Los bancos de sangre: Estos desempeñan un papel vital en la captación de donantes, la recolección de sangre y su distribución a los hospitales. Las políticas y procedimientos de la organización pueden tener un impacto significativo en el proceso de donación de sangre.

El sistema de salud: Los diversos hospitales son los receptores finales de la sangre donada. Las necesidades de sangre del sistema varían según la cantidad de pacientes que reciben transfusiones de sangre y los tipos de transfusiones que necesitan.

El entorno social y cultural: El contexto del donador también puede influir en el proceso de donación de sangre.

Además de estos componentes que interactúan, los sistemas de donación de sangre también son complejos porque son dinámicos y adaptables. Esto significa que pueden cambiar con el tiempo en respuesta a nuevos desafíos y oportunidades. Por ejemplo, la pandemia de COVID-19 provocó una disminución significativa de las donaciones de sangre en muchos países. Las organizaciones de donación de sangre tuvieron que adaptarse a este nuevo desafío desarrollando nuevas estrategias de captación y protocolos de seguridad.

Al estudiar la donación de sangre como un sistema complejo, podemos comprender mejor cómo interactúan los diferentes componentes para influir en el sistema general. Esta comprensión puede ayudarnos a desarrollar intervenciones más efectivas para promover la donación de sangre altruista en jóvenes estudiantes universitarios.

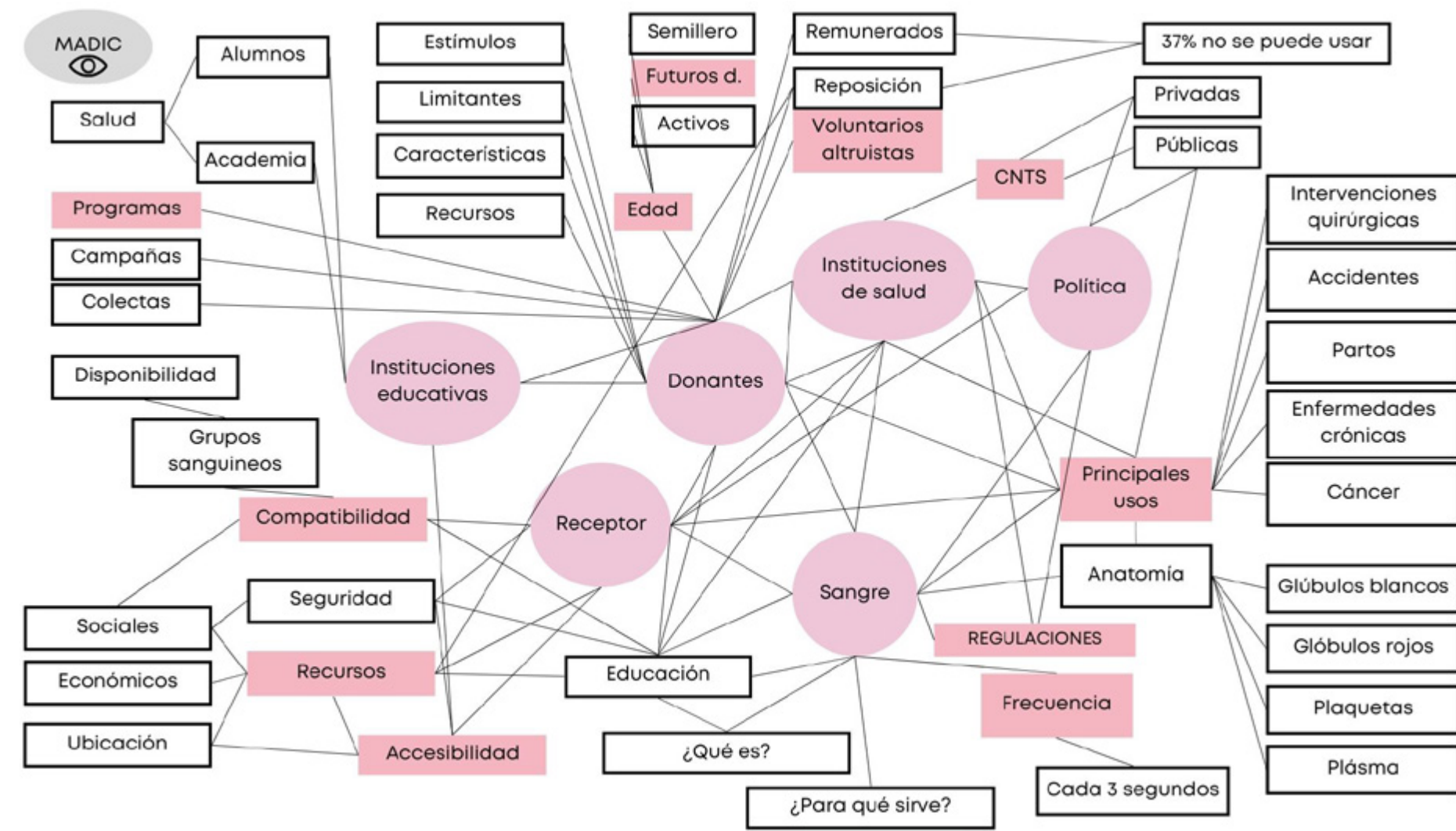


Figura 2.15
Sistema Donar Vida
V. 1.0



3. Diagnóstico

Adentrándonos al corazón de esta investigación

Antes de proponer soluciones y estrategias, es fundamental comprender la naturaleza de los desafíos que enfrentamos. Así pues, de acuerdo a la metodología propuesta, este capítulo se enfocará en obtener una línea de base para conocer el estado inicial del contexto en el que se implementará el proyecto. Al establecer este punto de partida, se busca obtener una visión clara y a la vez compleja de la realidad en la que se intervendrá, lo que permitirá identificar desafíos, oportunidades y posibles obstáculos, además, esto proporciona una base para evaluar el impacto y los resultados de las acciones implementadas, ya que se pueden comparar con la situación inicial para determinar su efectividad.

La primera parte de este apartado recapitula los primeros acercamientos al objeto de investigación. Para ello, se recopilan experiencias obtenidas desde diversas metodologías como la observación participante y no participante, la realización de entrevistas y sondeos entre el estudiantado de la UAM. En conjunto, este proceso proporciona un panorama más completo del reto a enfrentar.

Posteriormente, la segunda parte se centra en un estudio de los conocimientos, actitudes y prácticas (CAP) en torno a la donación de sangre. A través de encuestas y análisis, se indaga en los conocimientos que el estudiantado de la UAM tiene sobre la donación de sangre; cuáles son sus motivaciones; sus creencias y sus percepciones sobre este acto altruista. Este análisis brindará una comprensión sólida de cómo se encuentra la comunidad en relación con la donación de sangre antes de proponer cualquier intervención.

La última parte de este capítulo se adentrará en el proceso de donación de sangre. A través de un mapeo, se examinará cada fase del proceso de donación de sangre hasta el momento de la extracción. Con ello, se identificarán puntos clave en este proceso en los que la comunicación, el diseño y los sistemas puedan influir de manera significativa. Esta evaluación permitirá desarrollar estrategias efectivas y personalizadas para fomentar la donación altruista de sangre entre nuestros compañeros universitarios.



En conjunto, este capítulo de diagnóstico sienta las bases para trazar una estrategia que no solo sea efectiva, sino que también esté profundamente arraigada en la realidad de nuestra comunidad universitaria. Antes de proponer, debemos comprender; antes de intervenir, debemos mapear. Esto brindará los fundamentos sólidos que necesitamos para promover la donación altruista de sangre en la UAM Cuajimalpa de manera significativa y sostenible.

3.1 Primeros acercamientos

La investigación de campo es una parte esencial de cualquier proyecto de investigación que implique comprender las experiencias vividas por las personas. Esta es particularmente importante en el estudio de fenómenos sociales complejos, como la donación de sangre en jóvenes universitarios, debido a que están influenciados por una variedad de factores, incluidas las características individuales, las normas institucionales y el entorno cultural. La investigación de campo permite explorar estos factores en profundidad y comprender cómo interactúan para influir en el fenómeno que se estudia. En este caso particular, la comprensión profunda de los diversos actores y las dinámicas en torno a la donación de sangre es esencial para el diseño efectivo de intervenciones en este contexto.

Como una guía para esta labor, el libro “Comprender la Investigación de Campo” de Sheila Pontis fue de gran valor en el camino para conocer el problema de una forma más profunda. Como lo explica Pontis (2022), para dar sentido a la complejidad de las personas y poder dar sentido al comunicar esa complejidad, se necesita estudiar y comprender las culturas y comunidades a través de la observación, interacción e interpretación de los rasgos y comportamientos de las personas en sus entornos. Así mismo, Pontis enfatiza la importancia de conocer una amplia gama de metodologías, lo que permite adaptar las herramientas a las estructuras específicas de cada proyecto y romper con las metodologías lineales, pues, entre más complejidad mayores son las interacciones entre los elementos del sistema.



SOMOS LA GENERACIÓN DEL CAMBIO

QUIEN SE ATREVE ES QUIEN DONA

DONO Y LUEGO EXISTO

LA SALUD NO SE REGALA, SE CUIDA ENTRE TODOS

DONAR ES UN VERBO NO UNA PALABRA

El ALTRUISMO ES LA PINTURA DE LA VOZ

1 DONACIÓN SALVA 3 VIDAS

somos altruistas los donantes

Tienes el poder en tus manos... Vena #DonarVida



<p>El problema: No existe una redacción de sangre suficiente para cubrir la demanda de transfusiones.</p>	<p>Una solución: La realización de la campaña de donación de sangre.</p>
<p>El objetivo: Es obtener la sangre y reducir las donaciones de sangre.</p>	<p>El compromiso: Se comprometen a participar y colaborar en la realización de la campaña de donación de sangre.</p>



¿Por qué donar sangre?

- No puede donar:
- Condiciones graves
- No debes donar sangre si:
- Centros de donación
- Enfermedades y vacunación recientes
- Resistencia de sangre
- Receptores y religión
- Recomendaciones post donación
- Centros formales de operar

¿Por qué donar sangre?

- 1. Ayuda a salvar vidas
- 2. Es un acto de solidaridad
- 3. No duele y no requiere de medicamentos

Donadores Altruistas

Metener

Ocoyoac

Vena #DonarVida

los donantes

Cha Co

Dimensiones del proyecto Donar Vida:



En el caso de este proyecto, se siguió el modelo propuesto por Pontis que comprende 4 dimensiones: el problema, las personas, el contexto y los contenidos. Si bien el problema de la donación de sangre está definido, la solución es menos clara. Nuestra investigación se enfoca en el problema, se acerca a las personas y a sus contextos y desarrolla una serie de estrategias que mejoran la toma de decisiones en colectas de sangre en contextos universitarios, generando un “enfoque más empático”.

A continuación, se relatan los primeros pasos que se dieron en la investigación de campo para la realización de este proyecto.

Figura 3.1
Dimensiones del proyecto Donar Vida



“Lo que me llevó a trabajar en el banco de sangre fue ir a donar para salvar la vida de una niña, entonces, reconocí la necesidad frente a la emergencia y la escasez de una reserva de sangre durante la pandemia”. Dra. Wong. Banco de Sangre de Cruz Roja. Septiembre del 2022.

Para entender a los donantes, hay que convertirse en donante.

Con el fin de obtener una comprensión más profunda de los donantes y las complejidades asociadas con la donación de sangre, decidimos asumir el papel de donantes altruistas. Con este propósito en mente, acudimos al Banco de Sangre de La Cruz Roja atendiendo a los requisitos necesarios citados en su página web. A pesar de nuestras expectativas iniciales, descubrimos que la información proporcionada en la página web difería de los requisitos solicitados en el banco de sangre. Además, lamentablemente, nuestro período de ayuno había excedido las pautas establecidas, lo que nos impidió realizar la donación en ese momento.

A través de nuestra experiencia frustrante, pudimos comprobar personalmente los desafíos relacionados con los requisitos, limitaciones de tiempo y logística involucrados en el proceso de donación. Sin embargo, este contratiempo fortaleció nuestra comprensión inicial y nos llevó a reconocer que **la comunicación de los requisitos previos para la donación desempeña un papel clave en este proceso.**

Así mismo, durante nuestra interacción en el banco de sangre, entablamos una conversación con la Dra. Gabriela Wong Soto, quien llevaba a cabo las evaluaciones de los posibles donantes. Durante esta conversación, compartimos con ella nuestra idea de proyecto: fomentar la donación de sangre en entornos universitarios. Solicitamos su colaboración para una entrevista.

A continuación se mencionan los hallazgos más significativos en la investigación en el Banco de Sangre de la Cruz Roja Mexicana:

Los requisitos para la donación de sangre, tal como se anuncian en la página web, no coinciden con los requisitos solicitados en el centro. Esto genera desánimo en las personas que quieren donar e, incluso, puede generar que desistan de esta tarea. Se destacan los valores humanitarios de la Cruz Roja y su enfoque en atención a urgencias y necesidades críticas. El Banco de Sangre también distribuye unidades de sangre a otras instituciones de salud ya sean públicas o privadas.

En cuanto a sus estrategias, compartieron que las universidades, especialmente aquellas con facultades de salud, son un grupo demográfico importante para las colectas de sangre debido a su conocimiento sobre la necesidad de la donación.

La Dra. Wong señala la necesidad de apoyo de otras disciplinas para la difusión efectiva de mensajes relacionados con la salud, ya que no todos los médicos cuentan con formación en esta área.

Entendiendo al Universitario: Los Primeros Pasos en el Conocimiento de los Usuarios

El proceso de acercamiento a la comunidad estudiantil fue fundamental en nuestra investigación. La observación detallada de una campaña de donación altruista llevada a cabo en la UAM Azcapotzalco en diciembre de 2022 nos proporcionó una primera visión de la dinámica de las campañas y su efecto en los estudiantes.

Además de la observación de esta campaña, realizamos sondeos mediante encuestas anónimas para comprender las razones detrás de la poca participación de los estudiantes en esta campaña de donación de sangre.

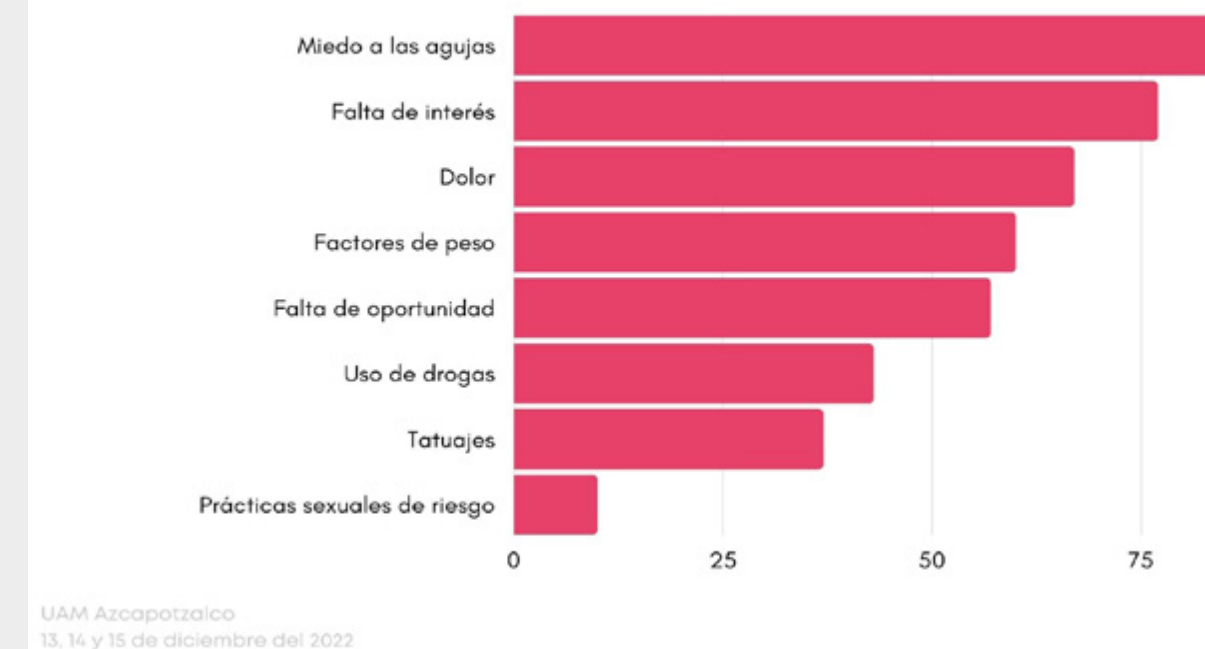
Los resultados de estos sondeos mostraron una serie de motivos comunes que influyen en la decisión de los estudiantes de no donar.

Los estudiantes señalaron que su razón principal para no donar es el miedo a las agujas. En segundo lugar se identificó la falta de interés. Esto ya da algunas pautas que se tiene que tomar en cuenta para el diseño de futuras campañas de donación de sangre.

Además de estos sondeos, nos acercamos a algunos estudiantes para conversaciones más personales y con mayor profundidad. Estas interacciones nos proporcionaron un contexto más amplio y nos permitieron comprender las percepciones individuales y las preocupaciones específicas de los estudiantes en torno a la donación de sangre. Surgieron, de esta manera, relatos emocionales y personales que destacaron la importancia de abordar los miedos y preocupaciones particulares de los jóvenes para fomentar su participación en estas campañas altruistas.



Figura 3.2
Principales miedos de los estudiantes al donar



Empezando en casa

En un esfuerzo por explorar las percepciones y experiencias locales relacionadas con la donación de sangre, decidimos iniciar nuestra investigación en la universidad que conocemos más de cerca: la UAM Cuajimalpa. Al trabajar en estrecha colaboración con la coordinación de Servicios Universitarios y la sección de Servicios Médicos, pudimos acceder a información valiosa sobre la participación y la receptividad de los estudiantes hacia las campañas de donación de sangre dentro de esta Unidad Académica.

A través de este acercamiento pudimos recolectar la siguiente información:

La UAM Cuajimalpa ya ha tenido experiencias en colectas de sangre en colaboración con instituciones de salud, incluida la Cruz Roja y el Hospital ABC. Para realizar una campaña de donación de sangre, una institución de salud debe solicitar la autorización de la misma. Sin embargo, la pandemia de COVID-19 detuvo las solicitudes de las instituciones para llevar a cabo estas colectas.

El departamento de Servicios Universitarios comentó que los alumnos de nuevo ingreso suelen ser participativos en las actividades fuera de las aulas; pero los estudiantes de los últimos trimestres y los de maestría son más apáticos.

Para tener una mayor participación, es importante tener en cuenta el calendario académico. Por ejemplo, en las últimas semanas de los trimestres los estudiantes están más ocupados, por ende, hay menor participación en las actividades extra clase. Debido a la menor carga de trabajo y a la afluencia de alumnos, **los días idóneos para realizar campañas de salud son los miércoles de las tres primeras semanas de cada trimestre.**

En cuanto a la difusión, los servicios de la unidad pueden ayudar con:

- Publicación de cartel en la página de facebook de UAM Cuajimalpa
- Publicación de cartel en las pantallas dentro de la Unidad Académica
- Enviar un email institucional informando de la campaña
- Publicación en el grupo de Facebook #AconteceUAMC

Construyendo una red de aliados

Para ampliar nuestra comprensión y obtener una visión más integral sobre las campañas de donación de sangre, decidimos extender nuestra investigación a otras unidades académicas de la UAM. A través de este proceso de expansión pudimos recopilar una variedad de experiencias y perspectivas adicionales, lo que enriqueció significativamente nuestro análisis y nos permitió identificar patrones y desafíos comunes.



Además de las visitas a las distintas unidades académicas, buscamos establecer conexiones valiosas con instituciones médicas clave que desempeñan un papel fundamental en el ámbito de la donación de sangre. En colaboración con el Centro Nacional de Transfusión Sanguínea, el Hospital La Raza y el Centro Médico Siglo XXI, obtuvimos conocimientos esenciales sobre los procedimientos y las prácticas actuales en relación con las campañas de donación. Estas interacciones nos brindaron una visión más completa de las complejidades y desafíos presentes en el ámbito de la donación de sangre, al tiempo que nos permitieron establecer relaciones significativas con actores clave en esta esfera.

Algunas de las observaciones relevantes al visitar la Coordinación de Servicios Médicos de cada Unidad Académica de la UAM son:

Se destaca el interés en inculcar la educación preventiva a los estudiantes durante su estancia en la universidad, reconociendo que la salud no está relacionada únicamente con la edad sino con el cuidado y la atención.

La educación y la sensibilización son fundamentales para cambiar la mentalidad de los estudiantes y alentarlos a donar sangre de forma voluntaria. Se deben explicar los beneficios tanto para los donantes como para quienes reciben la sangre donada.

Se señaló la importancia de hacer que el proceso de donación de sangre sea más accesible para los estudiantes, lo que incluye la programación de colectas en fechas que les resulten convenientes.

Los responsables de los departamentos de servicios médicos de cada unidad coincidieron en la necesidad de **un equipo de diseño y comunicación para la realización de diversas campañas de salud.**

Así mismo, estuvieron de acuerdo en la creación de **circuito de donación, es decir, una serie de campañas de donación altruista de sangre en cada Unidad Académica de la UAM.**

Una vez que se determinó la pertinencia de integrar un proyecto de donación altruista que contemple a cada Unidad Académica de la UAM, la idea se compartió con diversas instituciones médicas. Para ello nos acercamos con el Centro Nacional de Transfusión

Sanguínea (CNTS), el órgano desconcentrado de la Secretaría de Salud encargado de establecer políticas y estrategias en materia de sangre en nuestro país, y se convocó a una reunión el martes 18 de julio del 2023.

A esta reunión asistieron:

- QFI. José Antonio Arroyo Perez, Director técnico e investigador del CNTS
- Lic. Norma Angélica Morales Alfaro, Jefa de Servicios Sociales CNTS
- Dr. Óscar Zamudio Chávez, Director del Banco de Sangre del CMN La Raza
- Mtra. Brenda Rodríguez Pérez, Jefa de Servicios Sociales del Banco de Sangre del CMN La Raza
- Lic. Paola Lira Arriaga Jefa de Servicios Sociales del Banco de Sangre del CMN Siglo XXI
- Dra. Maria Elena Flores Castillo, Jefa de Servicios Médicos UAM Azcapotzalco
- Mónica González Garduño, Cofundadora de Donar Vida

En esa reunión celebrada en el CNTS los representantes de distintas instituciones tomaron decisiones que destacan la importancia de fomentar la donación de sangre voluntaria y altruista. A continuación, se resumen los principales puntos acordados:

Interés en la Donación de Sangre Altruista

Todas las instituciones presentes en la reunión demostraron un claro interés en vincularse para desarrollar programas que incentiven la donación de sangre voluntaria y altruista. Esto resalta un compromiso compartido por mejorar y fortalecer la donación de sangre.

Coordinación de Fechas por CNTS

El CNTS asume la responsabilidad de coordinar las fechas para las colectas de sangre. Esta coordinación facilitará la distribución de las colectas entre diferentes instituciones y asegurará una programación óptima.

Presupuesto Limitado del CNTS

Se menciona que el CNTS no dispone de un presupuesto específico para desarrollar proyectos de difusión. Esta limitación presupuestaria resalta la importancia de aprovechar recursos y colaboración interinstitucional.



Sistema Digital y Revisión del Sistema de Salud Digna

Se plantea la necesidad de un sistema digital que simplifique la gestión de información. Además, se sugiere revisar el sistema de “Salud Digna” para obtener ideas sobre cómo mejorar el proceso de donación.

Homologación de Requisitos para la Donación

Se acuerda utilizar el manual de donación para homologar los requisitos previos para la donación. Esto ayudará a establecer estándares consistentes.

Promoción de Contenidos de Donar Vida

El CNTS se compromete a compartir los contenidos de Donar Vida en sus redes para ampliar el llamado a jóvenes donadores y concienciar sobre la donación voluntaria y altruista.

Énfasis en Donación Efectiva

El CNTS enfatiza la importancia de lograr donaciones efectivas, lo que sugiere un compromiso con la obtención de sangre de alta calidad para abastecer a hospitales y pacientes.

Informe Ejecutivo del Proyecto

Se solicita un informe ejecutivo del proyecto, que será presentado al Director General del CNTS. Esto indica un interés en llevar adelante y respaldar la iniciativa.

Confirmación de la Vinculación y Arranque de la Agenda

Se confirma la vinculación entre las instituciones y se sugiere que se inicie con la agenda para llevar a cabo acciones concretas en pro de la donación de sangre.

Estos acuerdos demuestran la cooperación entre diversas instituciones para fortalecer la donación de sangre altruista y voluntaria, lo que es fundamental para garantizar un suministro continuo y seguro de sangre en beneficio de pacientes y hospitales.

La investigación de campo fue una herramienta muy valiosa, pues, a medida que avanzaba, también se establecieron lazos sólidos con los departamentos de servicio médico de cada unidad de la UAM y otras instituciones médicas destacadas en la ciudad y se comenzó a vislumbrar un panorama más amplio y prometedor.

Así mismo, el enfoque interdisciplinario y las valiosas contribuciones de los nuevos colaboradores llevaron a la conclusión de que para abordar de manera efectiva la problemática de la escasez de donantes altruistas de sangre, es crucial crear un programa integral.

De esta manera, la investigación de campo se convirtió en el punto de partida para la concepción y desarrollo de un programa integral que no solo promueva la donación de sangre, sino que también fomente una conciencia colectiva en torno a la importancia de esta acción para el bienestar comunitario. Para que este programa trascienda los límites institucionales y promueva un cambio positivo y duradero en la sociedad, la colaboración y el compromiso de todas las partes interesadas será esencial.

3.2 Conocimientos actitudes y prácticas sobre la donación de sangre en estudiantes universitarios

En muchas ocasiones, como se expuso anteriormente, las campañas de donación de sangre se han centrado en mensajes genéricos sobre altruismo, sin considerar las características y particularidades de las poblaciones en las que se implementarán. Las campañas realizadas en universidades a menudo pasan por alto las perspectivas, preocupaciones y barreras específicas que los jóvenes universitarios puedan enfrentar con respecto a la donación de sangre.

Comprendiendo que los jóvenes universitarios pueden desempeñar un papel fundamental en la problemática de la escasez de donadores altruistas de sangre y que son un grupo demográfico influyente y con un gran potencial para impulsar cambios positivos en la sociedad, es muy importante definir sus conocimientos sobre el tema, sus actitudes hacia la donación de sangre y sus prácticas concretas en relación con este acto a fin de desarrollar campañas adecuadas para ellos. Con el propósito de abordar esta cuestión, se aplicó en la UAM un cuestionario diseñado para explorar estos aspectos relacionados con la donación de sangre.



Figura 3.3
CAP del proyecto Donar Vida



El estudio de los Conocimientos, Actitudes y Prácticas (CAP) en relación con la donación de sangre desempeña un papel esencial como línea base para esta investigación. Estos tres aspectos pueden arrojar luz sobre la situación actual y las perspectivas de cambio en la comunidad estudiantil de la UAM. Los Conocimientos nos proporcionarán una visión clara de cuánto saben los estudiantes universitarios sobre la donación de sangre, su importancia y los procesos involucrados.

Esto nos permitirá identificar posibles lagunas en la información y, por lo tanto, diseñar intervenciones educativas más efectivas y específicas. Las Actitudes, por otro lado, revelan cómo se sienten los estudiantes respecto a la donación de sangre: ¿tienen miedos o prejuicios que podrían inhibir su participación? ¿En qué circunstancias serían más susceptibles a donar? Comprender las actitudes es vital para abordar las barreras emocionales y psicológicas que pueden estar impidiendo la donación altruista de sangre. Por último, las Prácticas ofrecerán una imagen precisa de cuántos estudiantes han donado sangre en el pasado y con qué frecuencia lo hacen. Esto permite evaluar la participación real en campañas de donación y brinda una referencia clave para medir el impacto de futuras estrategias de intervención.

El cuestionario aplicado es una versión con algunos ajustes del utilizado en el 2007 por Vásquez et al. para medir conocimientos y actitudes en una población universitaria. Esta herramienta, utilizada en múltiples investigaciones en diversas universidades de

latinoamérica, se sometió a prueba por sus creadores ante un grupo de quince personas, de las cuales cinco tenían conocimientos sobre el tema: tres tecnólogos médicos de banco de sangre y dos estadísticos. Las preguntas fueron evaluadas como “Buena”, “Regular” o “Mala”. Se eliminaron aquellas preguntas con más de 10% de calificación “Mala”. El cuestionario completo se encuentra en los anexos al final del documento como Anexo 1.

Metodología

El cuestionario fue aplicado en la Unidad Académica Cuajimalpa de la UAM durante el mes de agosto de 2023. La muestra sobre los conocimientos, actitudes y prácticas fueron dos grupos focales, uno compuesto por 12 estudiantes de la licenciatura en Diseño y otro por 26 estudiantes de Ciencias de la Comunicación. En consecuencia, la muestra final para este estudio quedó conformada por un total de 38 estudiantes.

Para la recolección de información se utilizó como fuente una encuesta individual y anónima que incluyó únicamente preguntas cerradas. La primera parte del instrumento recabó datos demográficos básicos de los participantes, como edad, género y licenciatura; en la segunda parte se midieron los conocimientos de los estudiantes sobre la donación de sangre y la tercera parte estuvo orientada a las actitudes y prácticas hacia la donación de sangre.

El análisis de los datos recopilados en este estudio se llevó a cabo mediante un enfoque descriptivo, donde los resultados se expresaron en forma de porcentajes según la naturaleza de las preguntas formuladas en el cuestionario. Dado que las escalas utilizadas en el cuestionario se clasificaron como nominales u ordinales, el análisis se fundamentó en la evaluación de frecuencias absolutas y frecuencias relativas expresadas en porcentaje.

Resultados

Los resultados de cada grupo focal se presentarán por separado para que en el futuro sea posible volver a aplicar el cuestionario y observar las variaciones en los resultados después de diversas intervenciones.

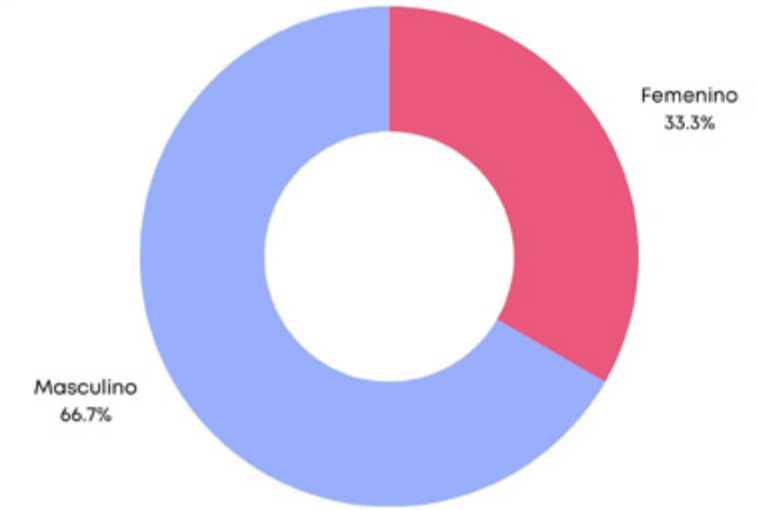


Figura 3.4
Principales variables sociodemográficas del grupo 1. Género.

Figura 3.5
Principales variables sociodemográficas del grupo 1. Edad.

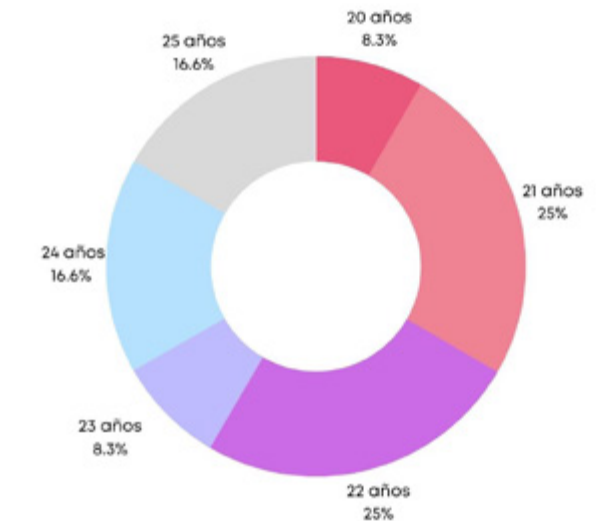
Principales variables sociodemográficas del grupo 1

Género



Principales variables sociodemográficas del grupo 1

Edad



Principales variables sociodemográficas del grupo 2

Género

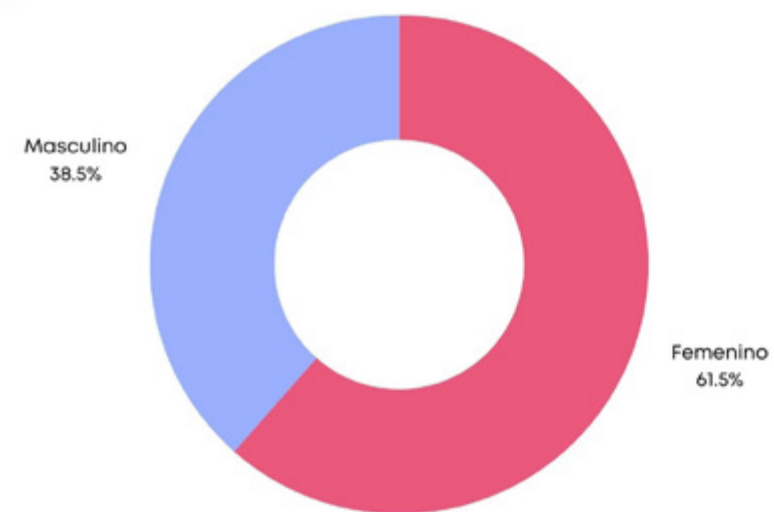


Figura 3.6
Principales variables sociodemográficas del grupo 2. Género.

Principales variables sociodemográficas del grupo 2

Edad

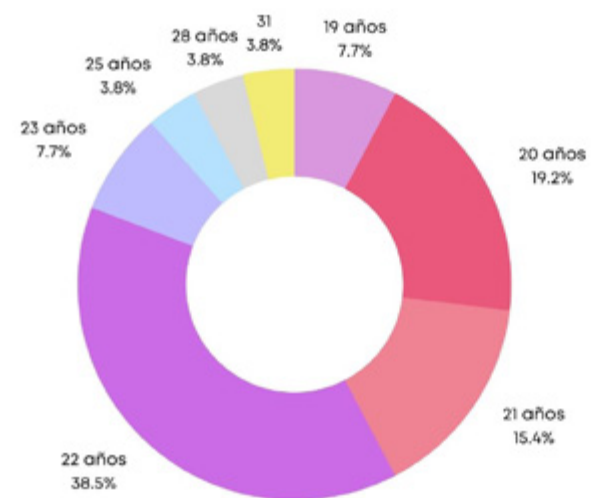


Figura 3.7
Principales variables sociodemográficas del grupo 2. Edad.

Grupo de sangre grupo 1

La totalidad de los participantes conocen su grupo de sangre. Los más comunes fueron A+ y O+.

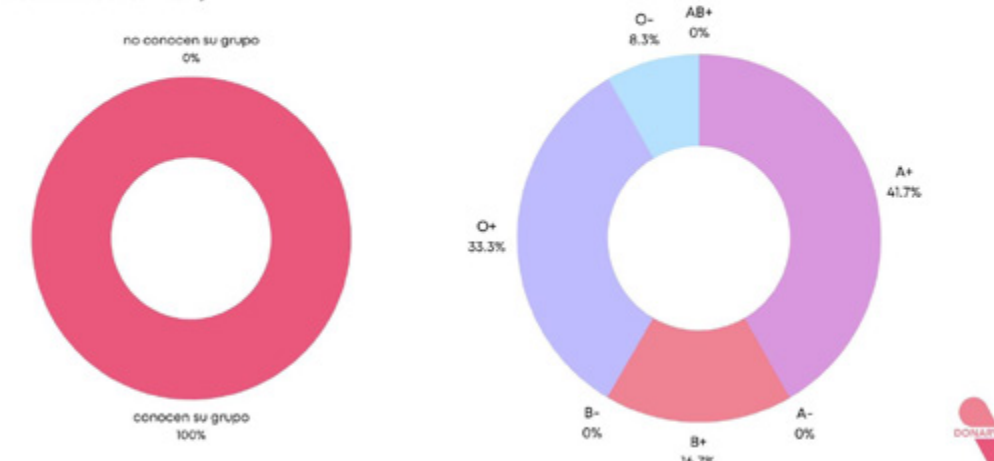


Figura 3.8
Grupo 1. Resultados de los conocimientos de los estudiantes sobre la donación de sangre.

Conocimientos básicos grupo 1

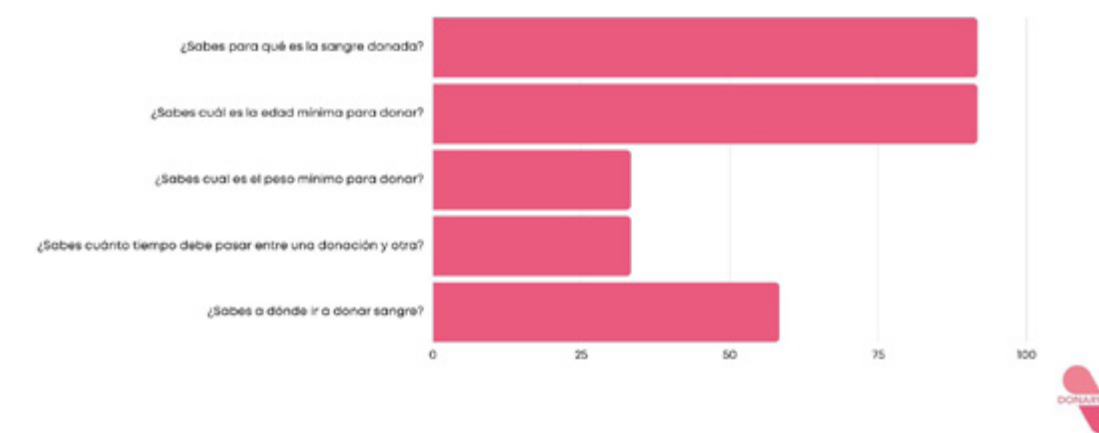


Figura 3.9
Conocimientos básicos grupo 1.

Grupo de sangre grupo 2

El 88.8% de los participantes conocen su grupo de sangre. Los más comunes fueron O+ y B+

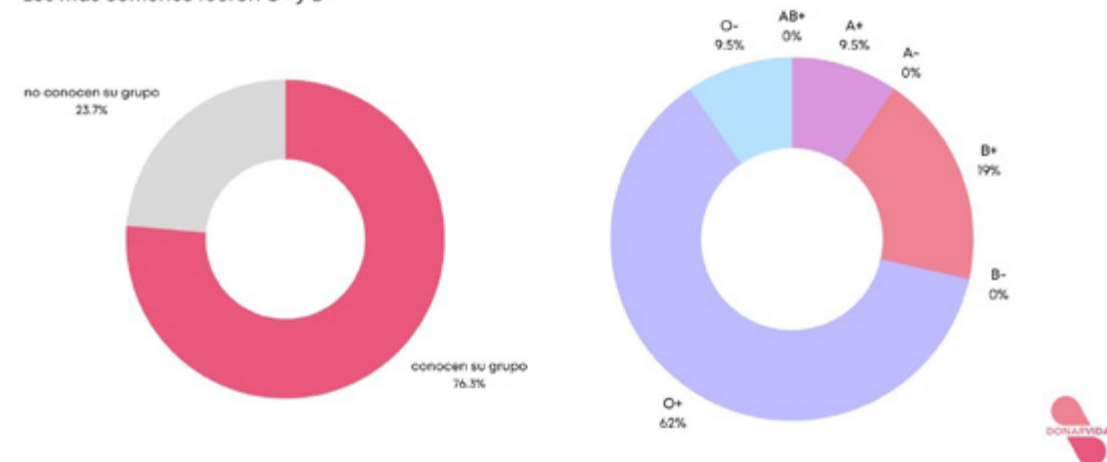


Figura 3.10
Grupo 2. Resultados de los conocimientos de los estudiantes sobre la donación de sangre.

Conocimientos básicos grupo 2

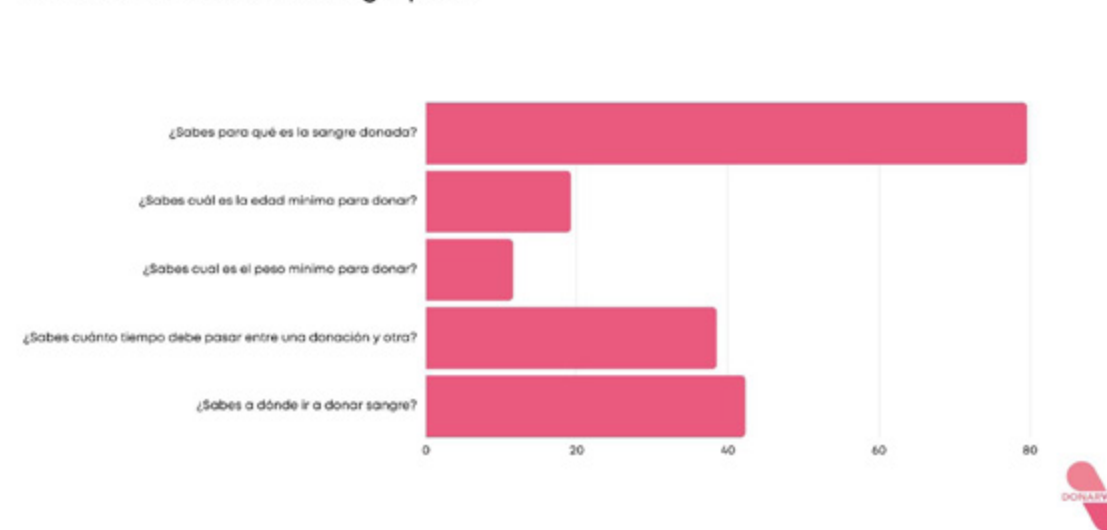


Figura 3.11
Grupo 2. Resultados de los conocimientos de los estudiantes sobre la donación de sangre.

Del grupo 1, compuesto por 12 estudiantes de Diseño, el 66.6% se identificó con el género masculino, mientras que el 33.3% con el género femenino. El rango de edad de este grupo fue de 20 a 25 años; el promedio de edad fue de 22.5 años.

En el grupo 2, compuesto por 26 estudiantes de Ciencias de la Comunicación, el 61.5% de estudiantes se identificó con el género femenino y el 38.5% con el género masculino. El rango de edad de este grupo fue de 19 a 31 años; el promedio de edad fue de 22 años.

Conocimientos sobre la donación de sangre

Grupo 1. La totalidad de los participantes de este grupo afirmó conocer su grupo sanguíneo, de los cuales los más comunes fueron A+ (41.7%) y O+ (33.3%).

Se observó que existe un conocimiento alto respecto a conocimientos básicos sobre la donación de sangre, como el uso de la sangre donada, la edad mínima para donar, y el peso mínimo para donar. Sin embargo, el 41.7% respondió que no sabe dónde acudir para donar sangre. En las tablas a se muestran los resultados de los conocimientos de los estudiantes sobre la donación de sangre.

Grupo 2. El 80.8% conoce su grupo sanguíneo. El grupo sanguíneo más común de este grupo es O+ (61,9%), el segundo es B+ (19%). Este grupo reflejó un nivel bajo de conocimiento respecto a los requerimientos básicos para donar sangre.

Prácticas sobre la donación de sangre

Grupo 1. El 91% de los estudiantes de este grupo respondió que nunca ha donado sangre. De quienes respondieron que sí han donado sangre, en la misma medida, afirmaron haberlo hecho en una o dos ocasiones en bancos de sangre fijos.

Grupo 2. El 80.8% de los estudiantes de este grupo reveló no haber donado sangre nunca. Del 19.2% que sí ha donado sangre, el 66.% lo ha hecho en bancos de sangre, y el 33.3% en una campaña móvil.

Actitudes hacia la donación de sangre

La tabla adyacente muestra el nivel de importancia que tienen ciertos temas para los estudiantes, los cuales podrían desmotivar la donación sanguínea.

Grupo 1. Sumando los valores de “importante” y “muy importante”, las principales razones que pueden desmotivar a los estudiantes a donar son: la poca información acerca de la donación de sangre (58.4%); no saber donde acudir a donar (50%) diversas causas médicas (50%); pesar mucho o poco (50%) falta de tiempo (41.7%); uso de drogas (41.7%); desconfianza en la esterilidad del material (41.7%) y temor a enterarse de alguna enfermedad (41.7%).

En este aspecto también se presentaron a los estudiantes algunas situaciones que podrían revelar actitudes más o menos favorables hacia la donación de sangre. La mayoría de los estudiantes mostraron una actitud muy positiva cuando se evidenció la necesidad de donaciones de sangre. Por ejemplo, frente a una catástrofe nacional el 83.3% de la muestra consideró importante o muy importante donar sangre. De igual forma, si es para un familiar o amigo enfermo, la totalidad de los estudiantes lo consideraron importante o muy importante. Por el contrario, los estudiantes respondieron verse poco motivados por publicidad, tanto en medios tradicionales como en redes sociales.

La posibilidad de donar en la universidad fue una razón muy importante para motivar una actitud favorable hacia la donación de sangre, pues los alumnos la consideraron importante (41.7%) o muy importante (25%).

Grupo 2. Sumando los valores de “importante” y “muy importante”, las principales causas que pueden desmotivar a los estudiantes de este grupo son: no saber donde acudir a donar (57.7%); miedo a las agujas (46.1%); diversas causas médicas (42.3%); poca información de sobre donación de sangre (42.3%) y falta de tiempo (38.5%).

Respecto a algunas situaciones en las que podrían mostrar una actitud más o menos favorable hacia la donación de sangre, la mayoría de los estudiantes reveló una actitud muy positiva si la donación es para un familiar o amigo, el 92.3% lo consideró muy importante o importante. Así mismo, la mayoría consideró muy importante o importante donar frente a una catástrofe nacional.



En este grupo los estudiantes también mostraron poca motivación frente a la publicidad tanto en medios tradicionales como en redes sociales.

El 53.8% de las respuestas de este grupo indicaron que es muy importante o importante la posibilidad de donar en la universidad.

Discusión

El análisis detallado de los resultados obtenidos en este estudio sobre Conocimientos, Actitudes y Prácticas del estudiantado de la UAM Cuajimalpa hacia la donación de sangre revela varios puntos que deben considerarse al diseñar estrategias de promoción y concientización en torno a la donación altruista de sangre.

Bajo conocimiento de cómo donar: Uno de los aspectos más notables es el bajo conocimiento que los estudiantes tienen sobre lo que se necesita para donar sangre. Aunque existe un conocimiento razonablemente alto sobre aspectos básicos, como la edad y el peso mínimo requeridos, el hecho de que el 44.7% del total de los encuestados no sepa dónde acudir para donar sangre, o que la mayoría no sepa que puede hacerlo varias veces al año, plantea una brecha en la información y la accesibilidad. Esta falta de conocimiento sobre los procesos de donación sugiere la necesidad de campañas informativas que proporcionen indicaciones claras y opciones cercanas para donar sangre.

Creencias arraigadas y desinformación: La encuesta también destaca la presencia de creencias erróneas arraigadas, derivadas en gran medida de la desinformación. Algunas respuestas incorrectas sobre quiénes pueden donar sangre, por ejemplo, la creencia de que las personas que han consumido marihuana no pueden hacerlo, sugieren una necesidad de educación y corrección de falsas creencias comunes. Las estrategias de comunicación deben abordar estas creencias erróneas y proporcionar información precisa y basada en evidencia científica.

Promoción de la urgencia de las donaciones: Los resultados sugieren que la motivación para donar sangre es más alta cuando los estudiantes perciben la urgencia de esta, como en una catástrofe nacional o cuando un amigo o familiar enfermo requiere ayuda. Esto expone la importancia de resaltar que la urgencia de las donaciones de sangre es constante. Las campañas de concientización deben destacar cómo cada donación

puede marcar la diferencia en la vida de alguien y comunicar la idea de que la sangre donada es un recurso esencial en momentos críticos.

Motivaciones para la donación: Es fundamental comprender qué motiva a los estudiantes a donar sangre. Los resultados indican que la donación por razones altruistas, como ayudar a amigos o familiares, es un incentivo importante. Este hallazgo sugiere que las campañas de donación pueden enfocarse en historias personales y testimonios de personas que han experimentado el impacto positivo de las donaciones de sangre.

Donación en la universidad: La posibilidad de donar sangre en el entorno universitario se presenta como un factor motivador importante. Esto, en suma con el desconocimiento sobre dónde acudir a donar, sugiere la viabilidad de establecer bancos de sangre temporales o campañas regulares de donación en universidades. Al hacer que la donación sea más accesible y amigable para los estudiantes, es más probable que se incremente su participación.

Desafíos en la comunicación: Los resultados también reflejan desafíos en la comunicación sobre la donación de sangre. La publicidad en medios tradicionales y redes sociales se percibe como menos efectiva para motivar la donación. Esto puede indicar que se necesita una estrategia de comunicación más personalizada y directa para involucrar a los estudiantes. La información sobre la donación de sangre debería estar fácilmente disponible en línea y en las instalaciones universitarias, utilizando canales de comunicación que los estudiantes consulten con regularidad.

En resumen, este análisis detallado de los resultados proporciona una visión más profunda de las percepciones y actitudes de los estudiantes universitarios hacia la donación de sangre. Estos hallazgos son esenciales para el diseño de estrategias de promoción y concientización efectivas que puedan aumentar la participación en la donación de sangre en esta población. Las campañas futuras deben abordar la falta de conocimiento, desafiar las creencias erróneas y utilizar estrategias de comunicación que estimulen la participación del estudiantado para fomentar una cultura de donación de sangre altruista en el entorno universitario.



3.3 Mapeo del proceso de donación de sangre

En el contexto del diseño, el término mapeo se refiere al proceso de representar visualmente información compleja de una manera clara y comprensible. Se utiliza para traducir datos abstractos, conceptos o sistemas complejos en representaciones visuales más simples y fáciles de interpretar. El mapeo en diseño implica crear diagramas, gráficos, esquemas u otras representaciones visuales que ayuden a las personas a comprender mejor la información y a comunicarla de manera efectiva a otros. “Un buen diseño consiste en hacer que la información compleja sea clara y accesible” (Tufte, 2001, p. 13).

Este es un proceso necesario para traducir la información obtenida en la investigación de campo y traducirla a conocimiento útil. Al trabajar con un equipo interdisciplinario, la necesidad de esta transición se acentúa, ya que se requiere una comprensión compartida y una interpretación colectiva de los hallazgos. Por ello, en este apartado se presenta un mapeo del proceso de donación de sangre y se examina cada fase hasta el momento de la donación, enfatizando las intersecciones en las que en este proceso se puede intervenir desde el diseño y la comunicación para hacer mejoras en el sistema.

Los actores del Proceso

Es importante, primeramente, identificar a los principales actores o Stakeholders que participan en alguna parte del proceso de una campaña de donación de sangre en universidades. Estos incluyen instituciones de educación superior, instituciones de salud y estudiantes universitarios.

Con base en la observación de diversas campañas realizadas en la UAM con apoyo de diferentes instituciones de salud, a continuación se mencionan los actores que participaron en esas campañas, así como sus necesidades y expectativas frente al proyecto:

Actores:

1. Instituciones de Salud
 - Centro Nacional de Transfusión Sanguínea
 - Banco Central de Sangre del Centro Médico Nacional la Raza IMSS La Raza

2. Instituciones de Educación Superior

- UAM

3. Estudiantes universitarios

- Donantes
- Nuevos donantes
- No donantes

Necesidades y expectativas de las instituciones frente al proyecto:

1. Instituciones de Salud:

Necesidades:

- Generar una reserva de sangre para atender las necesidades hospitalarias de la población.
- Obtener recursos para estimular a la población en contextos no hospitalarios sin desatender la fuente que de momento es la única forma de obtención de sangre para transfundir: la donación por reposición.
- Trabajar de forma interdisciplinaria para conseguir estos objetivos, puesto que actualmente toda la responsabilidad cae en el sector médico.

Expectativas:

- Incentivar a la población a donar de forma altruista, puesto que la sangre para transfundir solo puede ser obtenida de otro donante.
- Trabajar de forma interdisciplinaria para mejorar los procesos de recolección de sangre.
- Mejorar la participación de donantes en las colectas altruistas para tener sangre segura para transfundir.

2. Instituciones de Educación Superior:

Necesidades:

- Brindar una educación en salud de forma transversal a los estudiantes durante su paso por la universidad a fin de mejorar su calidad de vida.
- Generar conciencia sobre la importancia de la salud en los jóvenes con el objetivo de que comprendan que no es una cuestión de edad sino de cuidados



y prevención.

- Vincular a las Instituciones de Salud con las universidades a fin de brindar mejores oportunidades para los estudiantes.

Expectativas

- Generar una cultura de salud en los estudiantes para que estén mejor preparados para su futuro cuidando su salud.
- Generar programas con instituciones de salud a beneficio de los estudiantes, como campañas de vacunación, prevención y cuidados del cuerpo.
- Estimular la participación de los jóvenes en estos programas.
- Concientizar a los estudiantes sobre la salud, pues se cuida entre todos.
- Trabajar de forma interdisciplinaria con otros departamentos ya que es necesaria la difusión de estas necesidades.

3. Estudiantes universitarios:

Necesidades:

- Estimulación para participar en programas de salud.
- Mensajes de concientización sobre los cuidados y prevención de la salud.
- Campañas dirigidas a estudiantes, en las que los mensajes sean diseñados para ellos y sean capaces de integrar su colaboración de forma activa.

Expectativas:

- Más ejercicios de salud dirigidos a ellos dentro del contexto universitario, ya que es su casa de forma temporal.
- Más oportunidades para formar parte de una sociedad responsable, en la que ellos sean actores e influencias en la sociedad para transmitir los mensajes que benefician la salud de todos.
- Información comprensible para poder formar parte de estos grupos activos en el cuidado de la salud.
- el cuidado de la salud.

El proceso

De acuerdo a la misma observación, actualmente una campaña de donación de sangre altruista se lleva a cabo de la siguiente manera:

Proceso actual

*Información recolectada bajo observación en el trabajo de campo durante la investigación



Personal registrado en las colectas actualmente

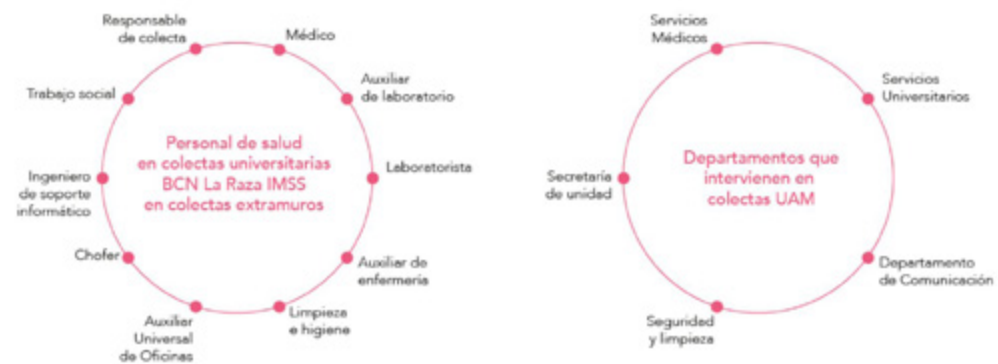


Figura 3.12
Personal que colabora actualmente en las colectas



Un nuevo proceso

Dentro de las observaciones recabadas se ha trabajado de forma paralela con las diferentes instituciones que conforman el sistema, esta transparencia y comunicación abierta nos han permitido observar mejoras en los procesos, por ejemplo, la incorporación de un psicólogo por parte del IMSS a las campañas. Su función ha sido acompañar a personas que tienen miedo a las agujas en el proceso de donación (miedo principal detectado en los cuestionarios). Otra de las mejoras en el proceso ha sido la inclusión de más personal para las entrevistas médicas, debido a que se observó que es uno de los puntos que más retardan el circuito de donación.

Otro ejemplo de colaboración institucional es la participación del Departamento de Comunicación de la Unidad Azcapotzalco, quienes han colaborado en la estrategia de comunicación y sumaron activaciones con la mascota de la universidad "Uamita" en el llamado a donar. Un departamento que también se sumó, es el de servicios de Protección Civil, facilitando información sobre los principales flujos de personas en la unidad a fin de colocar los mensajes en puntos donde tuvieran más alcance.

A continuación se presenta una visualización del posible proceso de las campañas de donación de sangre al incorporar las mejoras identificadas en la investigación de campo. En ella, se suma un actor: el Centro Nacional de Transfusión Sanguínea.

El CNTS, que está en contacto con todos los bancos de sangre del país es quien participará vinculando las agendas de las futuras colectas con las distintas unidades, con el fin de beneficiar a distintas instituciones de salud de manera rotativa.

En cada ciclo, se crean nuevas oportunidades para donar sangre, con mejoras sustanciales al final de cada ciclo. A diferencia de las colectas de sangre convencionales, nuestras intervenciones buscan brindar experiencias significativas a los donantes. Cada una de estas intervenciones refleja el resultado de un proceso de investigación en curso, y se integran de manera coherente como parte de una estrategia más amplia para mejorar las colectas de sangre en contextos universitarios.

Este enfoque cíclico y evolutivo permite adaptarse y mejorar continuamente las estrategias de promoción de la donación de sangre, asegurándonos de que sean relevantes y efectivas para los donantes y que fomenten la donación altruista de manera sostenible. Cada ciclo representa una oportunidad para aprender, ajustar y optimizar nuestras acciones en busca de un impacto más positivo en la comunidad universitaria y en la sociedad en general.

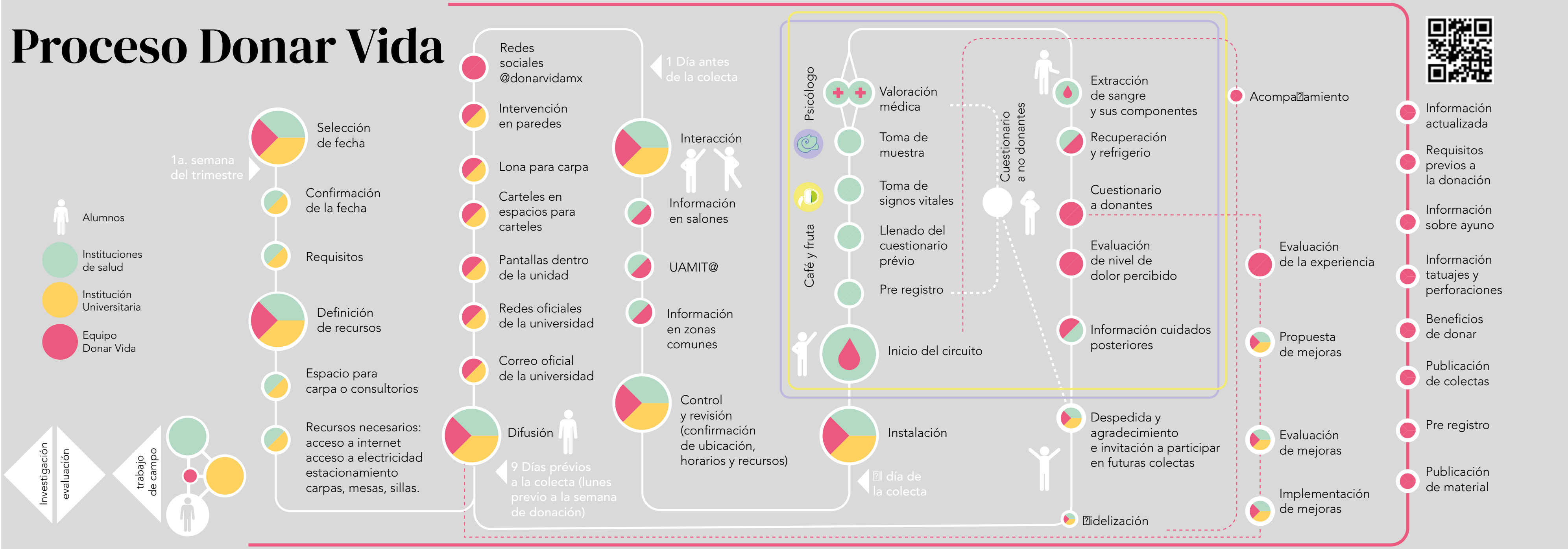
Personal registrado en las colectas después de observación en intervenciones



Figura 3.13
Personal que colabora después de la observación en las intervenciones



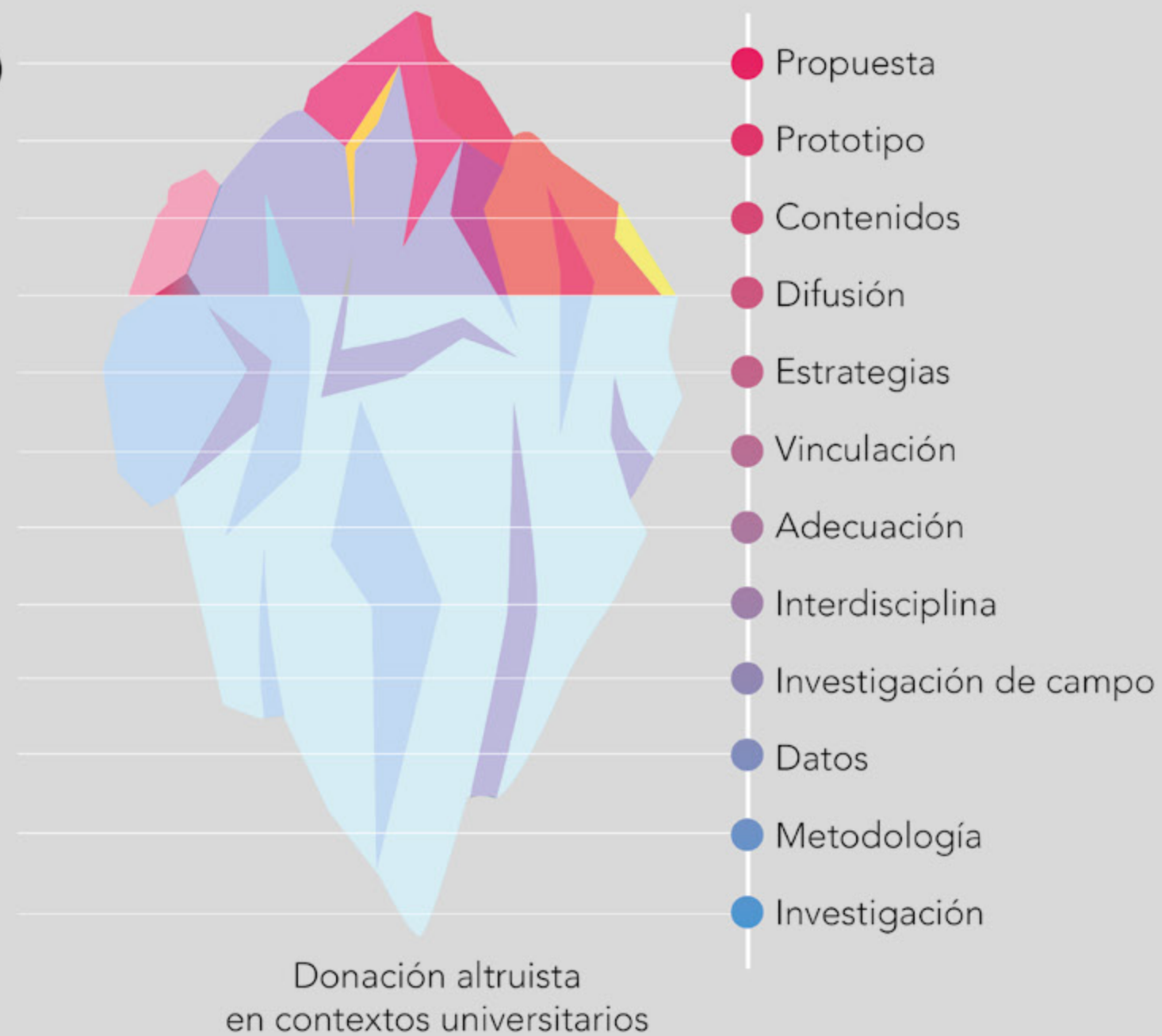
Proceso Donar Vida



4. Donar Vida

Propuesta de Programa desde la comunicación y el diseño en salud para fomentar la donación altruista de sangre.

Analogía del proyecto



Este capítulo surge como una respuesta directa a los hallazgos y reflexiones obtenidos en el capítulo 3, el cual se centra en el diagnóstico del desafío de la donación de sangre altruista entre los estudiantes universitarios. Al analizar detalladamente las diversas facetas de este problema, se ha llegado a la conclusión de que la solución no se limita a una única herramienta o enfoque, sino que requiere una combinación estratégica y coordinada de intervenciones desde diversas disciplinas.

La complejidad de los desafíos identificados en la promoción de la donación de sangre altruista entre los estudiantes resalta la necesidad de una propuesta integral y holística. Este enfoque integrador se traduce en la generación de una serie de propuestas de intervención diseñadas para abordar áreas específicas del problema, incluyendo la concientización, la accesibilidad, la motivación y la participación activa de los estudiantes.

De esta forma surge *Donar Vida* como la culminación lógica de este proceso de investigación y reflexión. Esta propuesta se concibe como un programa que va más allá de los límites de la universidad y abarca alianzas estratégicas con instituciones de salud y que tiene como objetivo central fomentar una cultura de donación de sangre altruista entre los jóvenes universitarios.

Este capítulo describe las distintas propuestas y estrategias clave que conforman el programa *Donar Vida*. En última instancia, se espera que *Donar Vida* sea adoptado por la UAM y, en conjunto con instituciones de salud, se convierta en una herramienta significativa en la transformación de las actitudes y comportamientos de los estudiantes universitarios hacia la donación altruista de sangre.

4.1 Guía estratégica

Un *brief*, en el contexto del diseño, es un documento que proporciona detalles esenciales y pautas para un proyecto específico. Este documento suele ser una descripción breve y clara de los objetivos, la visión y los requisitos del proyecto, y se utiliza para guiar a un equipo de trabajo en el desarrollo de una campaña, una estrategia de marketing u otros tipos de proyecto de diseño. Se comenzó a usar en 1864 con la agencia James Walter Thompson (JWT), quienes fueron pioneros en el uso de investigación de mercado y desarrollo de estrategias basadas en datos.



Un *brief* o guía estratégica, como lo llamamos en este caso, proporciona información detallada sobre el contexto, el público objetivo, el mensaje central y las directrices clave para la implementación efectiva de las propuestas, lo que permite que los integrantes del equipo comprendan y cubran las necesidades específicas del proyecto.

En esencia, la guía estratégica sintetiza la esencia del proyecto y la ruta detallada hacia la materialización de la visión del mismo. Así, se consolida como un recurso esencial que permitirá un enfoque coordinado en todas las etapas del desarrollo del programa. Esta guía estratégica es el fruto de una reflexión sobre las necesidades y oportunidades identificadas en el diagnóstico previo, y sirve como un referente para tomar decisiones fundamentadas y coordinar acciones específicas. Se busca que esta guía estratégica funcione como el cimiento sólido sobre el cual se construirá la arquitectura detallada del programa *Donar Vida*, asegurando la adecuada integración de todas las intervenciones propuestas.

Perfil estratégico

El proyecto *Donar Vida* está dirigido a estudiantes universitarios. De forma secundaria a instituciones universitarias y de salud.

La misión de donar vida es incentivar la cultura de donación de sangre de forma altruista en contextos universitarios.

Donar vida pretende alcanzar a los estudiantes universitarios entre 18 y 24 años como principales usuarios.

El objetivo de alcance de esta estrategia son jóvenes universitarios, debido a que tienen una edad ideal para donar. Además pueden tener influencia en personas menores y mayores que ellos, por lo que se convierten en agentes de cambio en la sociedad.

El proyecto ha sido construido de forma interdisciplinaria, trabajando de forma conjunta con servicios estudiantiles, unidades de salud de la Universidad Autónoma Metropolitana y con diferentes instituciones de salud de forma conjunta para poder llevar información segura y verás al estudiantado.

El proyecto tiene una estructura organizacional horizontal, integra actores de distintos ámbitos teniendo en cuenta las necesidades de los stakeholders y de los usuarios principales, es decir los estudiantes universitarios. Sobre estos últimos se han estudiado conocimientos y prácticas en cuanto al tema de donación de sangre, así como sus miedos y creencias y hábitos.

El proyecto donar vida ofrece un conjunto de herramientas desarrolladas bajo la investigación de carencias y necesidades identificadas en observaciones, interacciones, pláticas y cuestionarios en diferentes instituciones tanto universitarias como de salud. Donar vida es un proyecto enfocado en comunicación y diseño para la salud que promueve hábitos saludables, concientización, participación social y solidaridad.

Donar Vida quiere conseguir:

Generar conciencia acerca de la importancia de la necesidad de una reserva de sangre segura y regular.

- Para ello se pretenden generar narrativas mediante *storytelling* en *redes sociales* sobre el estado actual de la donación ejemplificando problemáticas como:
 - Aquellas que enfrentan pacientes provenientes de entidades fuera de la ciudad de México y área metropolitana, el lugar en el que están centralizados los hospitales de especialidades, como cardiología, neurología, oncología, etc.
 - Exponer las problemáticas de pacientes que enfrentan padecimientos como leucemia o hemofilia frente a la necesidad de donantes regulares. También las historias de pacientes que necesitan muchos donadores para sus intervenciones quirúrgicas, como las cirugías de corazón en las que se deben conseguir 30 donadores para poder acceder al procedimiento.
 - La escasez de donadores por compatibilidad sanguínea.
 - La importancia de donar de forma altruista para asegurar seguridad y viabilidad para los receptores.
- Generar vínculos entre instituciones de salud e instituciones universitarias para lograr implementar colectas en contextos no hospitalarios. Para ello se pretende trabajar de manera conjunta e interdisciplinaria en la generación de colectas frecuentes en contextos universitarios que logren:



Beneficiar a los estudiantes:

- Agilizando el desplazamiento de los posibles donantes a unidades de recolección.
- Generando colectas frecuentes en contextos universitarios.
- Llevando información dirigida a los estudiantes.
- Creando conciencia sobre la importancia de la donación altruista.
- Realizando actividades y generando mensajes de forma participativa con los estudiantes.
- Desarrollando actividades de acompañamiento psicológico para tratar el miedo a las agujas (identificado como primer factor que impide la donación) y otros miedos que puedan interferir frente a la donación.

Beneficiar a las instituciones de salud:

- Generando espacios regulares para realizar colectas seguras y efectivas
- Fomentando una cultura de prevención para mejorar el acercamiento de los jóvenes al cuidado de la salud
- Generando un modelo de intervenciones estratégicas de donación en contextos universitarios
- Creando materiales informativos adaptados a los jóvenes universitarios para atraer a nuevos donantes y a donantes regulares
- Diseñando un cuestionario y guía digital para agilizar el proceso de acercamiento de posibles donantes en el que también se informe sobre los cuidados previos y posteriores a la colecta
- Creando una web en donde los estudiantes puedan acceder a la información de una forma clara y accesible sobre donación de sangre

Beneficiar a las instituciones universitarias:

- Brindando recursos para mejorar la concientización sobre el cuidado de la salud y como resultado una mejora en la calidad de vida.
- Ofreciendo un programa informativo sobre salud preventiva enfocado en el contexto social y cultural de los estudiantes universitarios.
- Facilitando el acercamiento de instituciones de salud a contextos de educación para generar nuevos vínculos participativos que fomenten salud en jóvenes.
- Educando a los jóvenes para mejorar el futuro de la donación en el que la demanda cada vez será mayor y la oferta de sangre menor.
- Creando una cultura de salud preventiva en el estudiantado.

Donar Vida quiere alcanzar a su audiencia:

- La audiencia la conforman estudiantes universitarios de entre 18 y 24 años

Donar Vida quiere comunicar a su audiencia:

Quiero que sepan:

- La importancia y necesidad de una reserva de sangre segura y efectiva
- La diferencia entre una donación altruista y donación por reposición
- Los requisitos para realizar una donación
- Los cuidados previos y posteriores a una donación
- Las diferencias de donar en contextos hospitalarios frente a los contextos no hospitalarios
- Las fechas de colectas en la universidad
- Información sobre salud basada en temas de prevención, como hábitos alimentarios, la importancia del deporte, sexualidad segura, vacunación, higiene, entre otros.

Quiero que entiendan que:

- Donar sangre es seguro
- Pueden salvar 3 vidas en cada donación
- Pueden hacerlo de forma frecuente
- La sangre recolectada se utilizará en personas que no cuentan con donantes
- 9 de cada 10 personas necesitará una transfusión de sangre a lo largo de su vida
- Cada vez hay más demanda que oferta de sangre
- Es una responsabilidad social
- gre de forma altruista generará sustentabilidad

Quiero que piensen que:

- Cuidar su salud es importante
- Donar puede ser incómodo pero es vital
- Donar sangre tiene beneficios
- Deben miedos y tabúes en torno a la donación
- Participar donando sangre de forma altruista generará un suministro sostenible



El tono de Donar Vida es:

- El tono de donar vida es aquello que dará autenticidad y conexión con los estudiantes, por ello tendrá un modo cercano, de un estudiante a otro. Se utiliza un lenguaje coloquial, tuteando e incluso respondiendo por sus nombres a quienes preguntan o interactúan.

El llamado a la acción de Donar Vida es:

El llamado a la acción no solo consiste en generar una cita en el calendario de los estudiantes, también da explicaciones; invita a participar; promueve cambios, como ir acompañado a una colecta; dirige mensajes sobre la importancia de la salud; ofrece acompañamiento psicológico a quien lo requiere para donar; y acerca a instituciones de salud a contextos universitarios facilitando la donación.

¿Qué tipo de contenido sirve para comunicar mi mensaje?

El contenido tiene carácter educativo, de concientización e inspira a la solidaridad.

¿Cuál es la mejor plataforma para llegar a la audiencia de Donar Vida?

La estrategia es multicanal, es decir, se utilizarán tanto medios impresos como digitales para difusión en redes sociales. Además, se utilizará una página web como plataforma central en la que se publicará la información necesaria para realizar una donación, así como calendarios y un banco de publicaciones para que las instituciones puedan emplearlas en las tareas de comunicación para la salud y en las futuras colectas.

¿Cuál es la mejor manera de contar esta historia?

Invitando a unirse a las redes, a generar mensajes de forma colectiva, a desarrollar diseño y comunicación participativa con mensajes de los propios universitarios, y sobre todo invitando a mejorar la salud de los estudiantes.

¿Cómo voy a medir la efectividad de mi estrategia?

- Llevando un registro del crecimiento de usuarios después de cada publicación
- Midiendo los vínculos más activados
- Registrando la participación de los usuarios en redes
- Registrando el crecimiento de participación en el cuestionario previo
- Registrando las donaciones en cada fecha del circuito de donación

¿Cuál es el timeline y cuales son los momentos que debo tener en cuenta?

- El timeline para la primera intervención comprende el académico trimestre 23-P (iniciando lunes 7 de agosto y culminando el día miércoles 18 de octubre del 2023) en donde, se enmarcan:
- La primera campaña en la UAM Cuajimalpa que inicia el 29 de agosto con la difusión de información; continua el martes 5 de septiembre como fecha informativa y de acercamiento en la unidad; y culmina con un colecta el día 6 de septiembre.
- La segunda colecta en la UAM Azcapotzalco se realizará los días 20 y 21 de septiembre.

4.2 Modelo de la estrategia de Donar Vida

Donar vida busca fomentar la donación altruista de sangre en jóvenes universitarios y aumentarsu participación en las campañas de donación. Como se explicó anteriormente, en este proyecto convergen dos conceptos clave: el Modelo de Creencias de la Salud y el modelo de comunicación participativa propuesto por Alfonso Gumucio (2011).

Para tenerlo presente en esta etapa del proyecto, una vez más se muestra la propuesta de Modelo de estrategia para el proyecto Donar Vida, el cual es una adaptación del Modelo de Creencias de la Salud enriquecido con el Modelo de Comunicación Participativa.

A partir de este modelo, se ha diseñado una estrategia que vincula directamente cada uno de los conceptos clave del modelo con uno de los objetivos de *Donar Vida* y deriva una actividad que conforma dicha estrategia:

OBJETIVO	CONCEPTO	ACTIVIDAD / APLICACIÓN
Realizar un diagnóstico de las causas fundamentales que subyacen en la baja tasa de donación de sangre entre los jóvenes universitarios, mediante la colaboración activa de la comunidad estudiantil y la identificación conjunta de factores influyentes	Factores contextuales	Investigación de campo
Aumentar la percepción de riesgo entre los jóvenes universitarios, haciéndoles conscientes de la posibilidad de que ellos o sus seres queridos puedan necesitar sangre en algún momento de sus vidas.	Susceptibilidad percibida	Talleres Colaborativos
Sensibilizar a los jóvenes sobre la importancia de la donación de sangre al resaltar las consecuencias negativas que la falta de sangre puede tener en la salud y calidad de vida de quienes la necesitan.	Severidad percibida	Talleres Colaborativos
Promover una imagen positiva de la donación altruista de sangre, destacando los beneficios tanto para los receptores como para los donantes, en términos de salvar vidas y contribuir al bienestar de la comunidad.	Beneficios percibidos	Web de Donar Vida
Identificar y abordar las barreras que los jóvenes universitarios perciben respecto a la donación de sangre, como el miedo a las agujas o la falta de información, para fomentar una actitud más positiva hacia la donación.	Barreras Percibidas	Preregistro y Cuestionario Asesoría psicológica
Proporcionar información clara y accesible sobre cómo y dónde donar sangre.	Señales para la acción	Campañas de donación altruista de sangre en cada unidad académica de la UAM
Incrementar la participación activa de los estudiantes universitarios en la donación altruista de sangre acercando las campañas de donación a las universidades.	Señales para la acción	Intervenciones colaborativas
Empoderar a los jóvenes universitarios como agentes de cambio, cultivando y consolidando una cultura de solidaridad y responsabilidad social en la comunidad estudiantil	Concientización	Ven a #Donar Vida, Intervención con carteles
Fomentar la adopción de comportamientos repetidos	Cambios colectivos y apropiación en toma de decisiones	Circuito de Donación

Modelo Donar Vida



Figura 4.1
Modelo Donar Vida

4.3 Intervenciones estratégicas

4.3.1 Web

La investigación de campo reveló que la comunicación existente sobre la donación de sangre es limitada y dispersa, lo que dificulta el acceso a recursos valiosos para aquellos interesados en donar. Por lo tanto, se identificó la necesidad de brindar información clara y accesible sobre la donación de sangre a los estudiantes universitarios. Entonces, como una respuesta natural para establecer un espacio en el que se concentre, tanto la información general como las diversas intervenciones del proyecto, se decidió crear una página web. Además, la creación de una página web, como un medio de información unificado y fácilmente accesible, surgió como una solución práctica al observar la ausencia de un canal de comunicación centralizado y efectivo que pudiera dirigir a los estudiantes hacia los recursos y servicios relevantes. Posteriormente, esta se planteó como un medio para proporcionar información detallada y clara sobre los requisitos para la donación de sangre, los procedimientos involucrados y los beneficios tanto para los receptores como para los donantes.



La creación de la web *Donar Vida* está estrechamente vinculada a los conceptos de “Severidad percibida” y “Beneficios percibidos” del Modelo de Creencias de la Salud, como se expuso anteriormente. En este contexto, la “Severidad percibida” se refiere a la comprensión de un individuo sobre la gravedad y las implicaciones de una condición de salud particular. La página web fue concebida como una herramienta para abordar la percepción de la severidad al proporcionar información detallada sobre los beneficios y la importancia crítica de la donación de sangre.

Al presentar de manera clara y accesible los datos relacionados con la necesidad urgente de donaciones, los riesgos de la escasez de sangre y las consecuencias potenciales para los pacientes que dependen de transfusiones sanguíneas, la plataforma web busca aumentar la percepción de la severidad de la situación entre los estudiantes.

Por otro lado, la noción de “Beneficios percibidos” se refiere a la evaluación subjetiva de los resultados positivos que pueden lograrse al adoptar comportamientos de salud específicos. En el contexto de la donación de sangre, y en relación a este concepto, la página web se diseñó para destacar los beneficios tanto para los donantes como para los receptores de sangre. Esta plataforma busca fomentar una percepción más clara y positiva de los beneficios asociados con esta acción y para hacerlo resalta los impactos positivos de la donación de sangre en el cuidado y prevención de la salud así como su impacto en la salud pública y la contribución altruista a la sociedad. La presentación efectiva de estos beneficios a través de la página web tiene como objetivo motivar a los estudiantes a participar activamente en el proceso de donación de sangre y a reconocer el valor de su contribución individual para el bienestar colectivo.

La página web *DonarVida.mx* está diseñada para involucrar a todos los participantes del proyecto y proporcionarles recursos digitales. Está arraigada en principios fundamentales de diseño y comunicación, que funcionan como herramientas para observar, argumentar, visualizar, comprender y generar soluciones éticas para abordar desafíos complejos en contextos sociales. El proyecto ofrece ventajas significativas al centrarse en la construcción de información específica dirigida a grupos demográficos particulares, considerando factores como edad, género y ubicación geográfica.

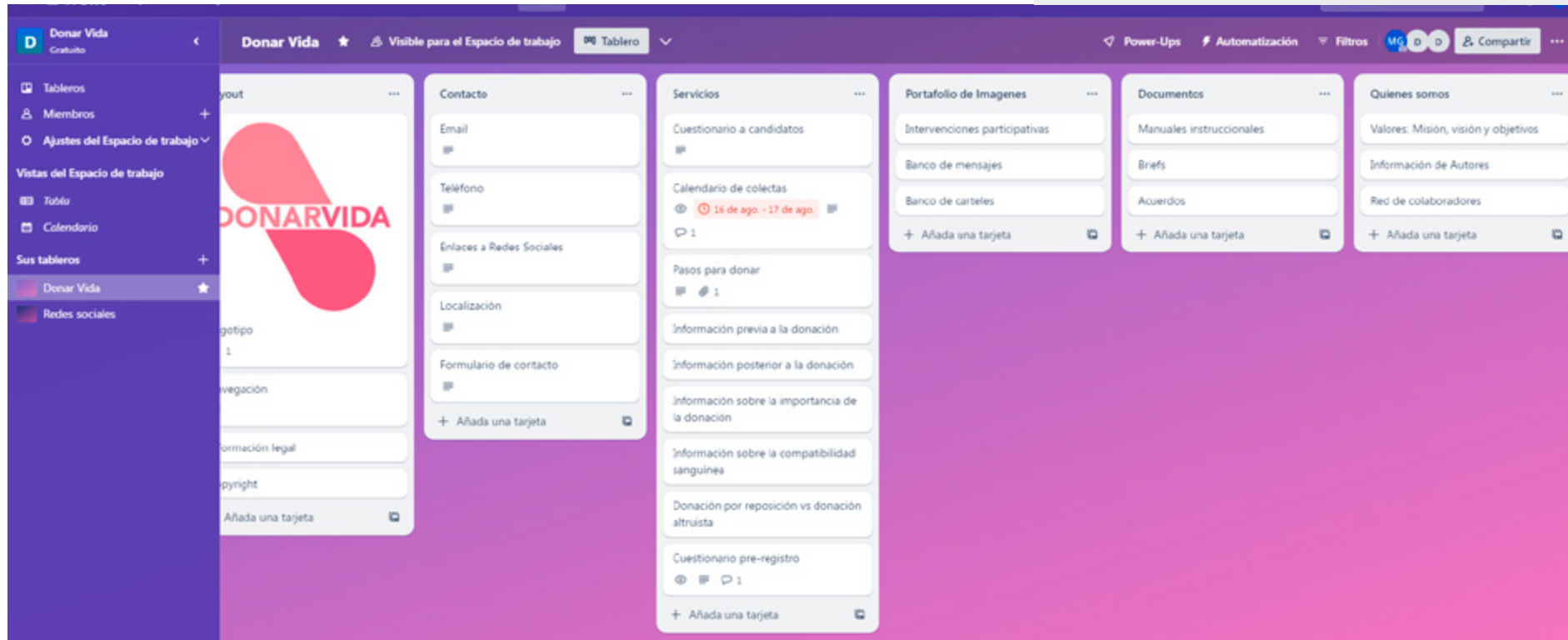
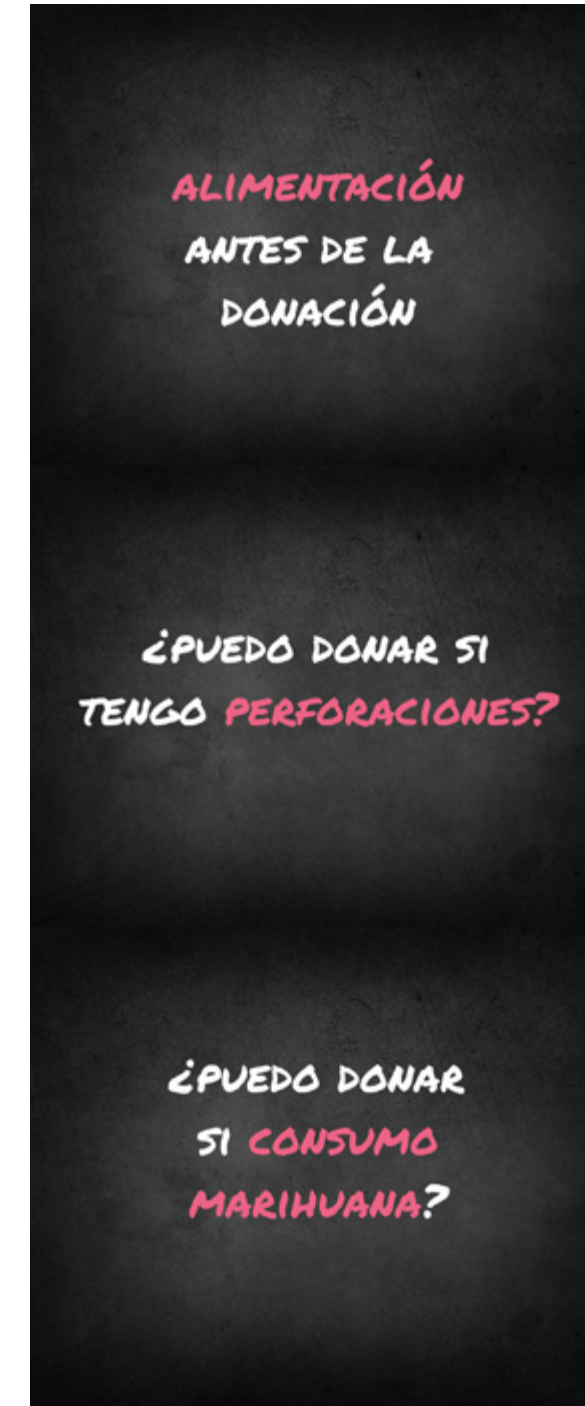


Figura 4.2
 Tablero de arquitectura de información. Web. Donar Vida
 Aplicación: Trello



La meta con esta página web es brindar:

1. Información clara y accesible sobre la importancia de la donación de sangre en México.
2. Orientación sobre los requisitos y recomendaciones antes y después de donar sangre.
3. Facilitar el seguimiento de campañas de donación, conectando instituciones de salud y de educación superior con comunidades universitarias.

A continuación, presentamos la estructura de la página web de DonarVida.mx, donde se ha implementado estratégicamente principios del Diseño Centrado en el Usuario para mejorar la accesibilidad, comprensión e interacción de los usuarios con el contenido relacionado con la donación de sangre.

Diseño visual

Estructura

- esquemas de la web planificando la distribución de la información
- Vista de navegación entre las diferentes páginas
- Distribución de la página de forma detallada

Desarrollo front end

- Implementación
- Prueba de navegación
- Publicación

1. Diseño de Información:

En cuanto a los contenidos, la página web está organizada de manera jerárquica, priorizando los elementos más importantes, entre ellos la información sobre cómo donar, requisitos, solución de las principales dudas frente a la donación y el pre registro a las colectas.

Menú

Inicio

- Información previa a la donación
- Información posterior a la donación
- Invitación a registro a próximas colectas
- Vínculos a Redes Sociales
- Legales

Cuestionario previo

Contiene la réplica del formato de registro real en una colecta. El sitio no almacena datos sobre el candidato a donante, y con su resultado es capaz de verificar si es apto para donar en la próxima colecta.

Principales dudas

Esta galería ofrece respuestas a las principales dudas identificadas durante la investigación.

Quiénes somos

En esta página se publica de forma transparente quiénes han formado parte de las colectas, las vinculaciones establecidas y las participaciones interdisciplinarias en el proyecto.

Próximas fechas

Esta hoja ofrece el registro con la información sobre fechas, horarios, lugares de las próximas campañas, así como un pre registro a la colecta.

Al agendar la participación en una colecta se recibe un correo electrónico en el que se confirma la participación y 48 horas antes de la donación se recibe un recordatorio de la colecta con la opción de agregar al calendario. Este correo también incluye información relevante previa a la donación, así como los datos básicos de ubicación, fecha y horario.

Galería

En Galería se brindan fotografías sobre colectas anteriores, videos y colección de carteles para imprimir o para publicar de forma digital.



Contacto

En este apartado se brinda un espacio para que las personas puedan ponerse en contacto con el equipo de Donar Vida o dejar un mensaje. También se muestra el correo electrónico del proyecto y los vínculos a las redes sociales del mismo.

Experiencia de Usuario:

Tiene un flujo de usuario intuitivo que guía a los visitantes a través del proceso de donación, desde la información inicial, resolución de dudas hasta el pre registro para una colecta.

Navegación Clara:

La navegación de Donarvida.mx es clara y sencilla, es posible navegar en ella mediante una barra de navegación que dirige a los visitantes a secciones clave.

Visibilidad:

Donarvida.mx mantiene coherencia con el proyecto, sus colores y fuentes están vinculados al estilo de las publicaciones, lo que hace posible visibilidad y legibilidad de la información.

Comunicación Efectiva:

Hay un mensaje claro, Donarvida.mx comunica claramente la importancia de la donación altruista de sangre y cómo puede salvar vidas.

Lenguaje Sencillo:

El lenguaje utilizado es claro y sencillo para llegar a los estudiantes universitarios.

Contenedor de historias:

Donarvida.mx es un contenedor de historias e imágenes en donde se muestra el impacto de las donaciones y testimonios de donantes y receptores.

Llamados a la Acción:

Incluye llamados a donar y participar en cada sección, los botones son visibles para invitar a los visitantes a donar, programar una cita o compartir la página web.

Diseño versátil:

La web donarvida.mx tiene un diseño versátil compatible con todos los navegadores, además se adapta a las versiones de teléfonos y tabletas.

Integración de Redes Sociales:

La web donarvida.mx integra botones de redes sociales que permiten a los visitantes compartir contenidos y eventos relacionados con la donación de sangre. Los perfiles de Donar Vida se mantienen con actualizaciones regulares.

Formularios y citas en línea:

Donarvida.mx incluye formularios en línea para el registro a futuras campañas de donación. Los formularios son fáciles de completar y tienen la capacidad de establecer una comunicación directa y significativa con los donantes, fomentando así una participación activa.

Calendario de Eventos:

La página proporciona detalles sobre la ubicación, la fecha y la hora de los eventos.

Sección de preguntas frecuentes:

A lo largo de la investigación se identificaron las principales dudas de los candidatos a donar. La web muestra respuestas e invita al contacto en caso de no tener la respuesta a su pregunta.

Seguridad y Privacidad:

Los datos de los donantes están protegidos, es por ello que el cuestionario previo no requiere registro. Proporciona una política de privacidad clara y un sistema de seguridad confiable.

Monitoreo y Analítica:

La página implementa herramientas de seguimiento y analítica para comprender el tráfico del sitio web y el comportamiento del usuario. Actualmente la página refleja actividad cerca de las campañas de donación.

Al aplicar estos principios no solo se busca proporcionar información relevante sobre la donación de sangre, sino también garantizar una experiencia en línea que inspire



Principales dudas

Sabemos que puedes tener algunas dudas por eso, tenemos este espacio de preguntas frecuentes para ayudar a que tu donación sea exitosa. Si no encuentras respuesta a tu duda, ponerte en contacto con nosotros a través del [correo](#) o envía un mensaje en nuestras [redes sociales](#). Estamos aquí para ayudarte a aclarar cualquier pregunta que tengas.

Nuestra red de colaboración

Trascendiendo las barreras disciplinarias y jerárquicas.

¡Bienvenidos a nuestra emocionante iniciativa de donación de sangre! En este proyecto, hemos creado una red de colaboración que trasciende las barreras disciplinarias y jerárquicas. Estamos comprometidos a impulsar el cambio positivo en el campo de la donación de sangre, y esta red interdisciplinaria es el motor que impulsa nuestro progreso. Juntos, estamos forjando un futuro en el que cada gota de colaboración contribuye a salvar vidas. ¡Únete a nosotros en esta apasionante tarea!



confianza, involucre y motive a los usuarios a formar parte de esta causa. Donarvida.mx se concibe como un medio interactivo que se integre con las demás intervenciones del proyecto para, en conjunto, fortalecer la cultura de donación altruista de sangre en los jóvenes universitarios.

4.3.2 Talleres colaborativos

Una de los pilares fundamentales de Donar Vida es la participación, se busca que en el proyecto exista una comunicación horizontal y que los estudiantes también se involucren activamente en el diseño de las propuestas. Por ello, la realización de talleres colaborativos es de suma importancia, ya que representan un espacio esencial para la creación de un diálogo enriquecedor y una colaboración significativa entre los miembros de la comunidad estudiantil y el equipo de investigación.

Estos talleres no solo actúan como un medio para compartir conocimientos, sino también como una plataforma para escuchar las voces y perspectivas de los estudiantes en relación con la donación de sangre altruista. Mediante este enfoque participativo, se pretende fomentar un sentido de pertenencia y co-creación, permitiendo que las experiencias y opiniones de los estudiantes guíen el desarrollo de estrategias efectivas y pertinentes para abordar el desafío de la donación de sangre.

La relevancia de estos talleres radica en su capacidad para establecer un diálogo bidireccional entre los estudiantes y el equipo de investigación, lo que facilita la comprensión de las necesidades, preocupaciones y percepciones de los estudiantes en torno a la donación de sangre. Como lo afirma Sheila Pontis, de esta forma se puede aprender lo que es importante para ellos y recopilar información que no se obtendría sólo con hacer preguntas (Pontis, 2022). Además, estos talleres permiten una mayor integración de la comunidad estudiantil en el diseño y la implementación de estrategias efectivas de comunicación y promoción, lo que contribuye a fomentar un sentido de pertenencia y compromiso entre los participantes.

Estructura de los talleres

La estructura seguida para estos talleres es aquella propuesta por Sheila Pontis en su libro "Comprender la investigación de campo" (2022). Esta se basa en los siguientes pasos:

Introducción.

En este primer paso es necesario explicar el objetivo de la sesión, proporcionar una descripción general de las actividades y realizar actividades breves para que los participantes se sientan más cómodos.

Actividades generativas.

Estas son actividades que fomentan la participación activa y hacen explícito lo implícito. El principio de estas actividades es que los participantes piensen mientras hacen cosas, por ejemplo, dibujos, collages, etc.

Mostrar y contar.

Para que todos puedan expresar sus ideas y pensamientos de forma explícita es importante que los participantes compartan lo que hicieron y fundamenten sus decisiones.

Discusión abierta.

Es muy importante que las sesiones concluyan con una discusión abierta sobre las actividades. Al escuchar lo que los participantes expresan sobre la actividad y sobre las creaciones de sus compañeros se podrá comprender mejor las necesidades de los participantes.

[...] Ven a Donar Vida.

Con base en la estructura presentada, se desarrollaron talleres colaborativos con grupos de alumnos de la UAM Cuajimalpa. El título elegido para estos talleres “[] Ven a Donar Vida” es una invitación a la intervención, cada participante puede llenar el espacio con sus razones para donar. A continuación, se presenta una síntesis de los talleres colaborativos que se realizaron como parte del proyecto Donar Vida.

Rompehielos

Esta actividad es un punto de partida dinámico y participativo en los talleres colaborativos de Donar Vida. Para comenzar, se invita a los asistentes a participar en una encuesta interactiva a través de sus dispositivos móviles. Se presenta un código QR para facilitar el acceso instantáneo a la encuesta, permitiendo a todos los presentes responder preguntas relacionadas con sus experiencias personales y conocimientos previos acerca de la donación de sangre.



La encuesta se ha diseñado de manera que sus preguntas sean directas y accesibles, lo que fomenta la participación activa. Los participantes pueden observar los resultados en tiempo real en una presentación visual atractiva, lo que contribuye a crear un ambiente lúdico y propicio para la interacción grupal. Esta dinámica no solo estimula la confianza sino que sienta las bases para una discusión más profunda sobre la importancia de la donación de sangre y los desafíos que enfrenta la comunidad universitaria en ese contexto.

Da vida a tus ideas

Como actividad generativa principal, se invita a los participantes a diseñar un cartel con mensajes sobre donación altruista de sangre. Para ello, la actividad comienza con una charla informativa y reflexiva que busca concientizar a los participantes sobre la importancia de la donación altruista de sangre y desmitificar ciertas creencias erróneas que rodean esta práctica. Posteriormente, se les proporcionan recursos para que cada participante diseñe un cartel creativo que represente sus ideas, sus gustos y su perspectiva del problema a fin de contribuir con un mensaje que invite a donar.

Esta actividad no solo busca fomentar la expresión individual, sino también inculcar un sentido de pertenencia y compromiso hacia la causa, alentando a los participantes a convertirse en agentes activos de cambio social.

Tendedero solidario

Una vez realizados los carteles, estos se exhiben en un muro o en un tendedero dentro del salón. Es importante que los participantes observen lo que sus compañeros realizaron, pues, la exposición de los carteles en este “tendedero solidario” sirve como una oportunidad para fomentar la empatía y la comprensión entre los participantes al exponerlos a una variedad de enfoques e interpretaciones sobre un tema en común.

Hablemos de donación

La actividad de discusión abierta al final de los talleres es una oportunidad invaluable para fomentar un diálogo franco y constructivo. Los participantes son alentados a compartir sus perspectivas individuales y experiencias personales relacionadas con la donación de sangre. Para ello se formulan preguntas que promueven una reflexión profunda, como: “¿Qué aspectos de los carteles te inspiran a donar?”, “¿Qué mensajes consideras más efectivos para motivar a otros a donar?”, y “¿Cómo podemos mejorar la comunicación sobre la donación de sangre en nuestra comunidad universitaria?”.

A través de un enfoque de escucha activa y respetuosa, se fomenta la participación de todos los asistentes, permitiéndoles expresar libremente sus opiniones y sugerencias para fortalecer la campaña de donación de sangre.

Al final de la discusión, se sintetizan los puntos clave discutidos y se anima a los participantes a continuar involucrándose en futuras actividades relacionadas con *Donar Vida*. La actividad de discusión abierta representa un espacio de intercambio enriquecedor que fortalece los lazos comunitarios y fomenta una cultura de solidaridad y compromiso con la donación altruista de sangre.

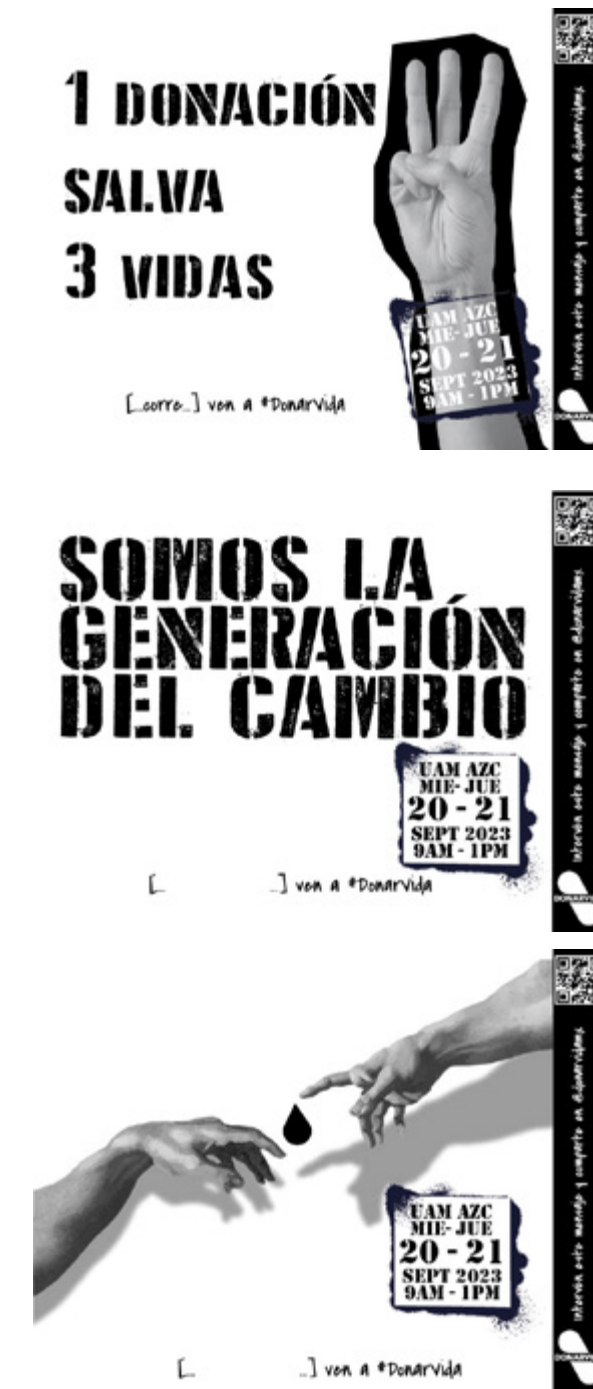
Esta actividad, y en general los talleres colaborativos, nos proporcionan un valioso entendimiento de las percepciones y actitudes prevalentes entre los participantes. Con estas actividades es posible hacer a los estudiantes parte de la creación de este proyecto. Además, es la antesala de la siguiente intervención que se presentará.

4.3.3 Ven a #Donar Vida, Intervención con carteles

“Un cartel dirigido al apresurado viandante, hostigado por un alud de imágenes de todas clases, ha de provocar sorpresa, violentar la sensibilidad y señalar la memoria con una huella indeleble”. CASSANDRE

Durante una entrevista con la Dra. Flores, responsable de los Servicios Médicos de la Unidad Azcapotzalco, se resaltó la importancia de no excluir a los estudiantes que tienen menor acceso a recursos digitales. En esa Unidad Académica en particular, el flujo diario de personas se estima en alrededor de 10,000 personas, y, como lo señala la Dra. Flores, “no todos disponen de los mismos medios o tecnologías, aunque todos hacen uso de los servicios médicos”, lo que subraya la necesidad de emplear diversos métodos de comunicación para las campañas de salud.

La idea de incluir intervenciones fuera del espacio digital, también se refuerza con los resultados del estudio de Conocimientos, Actitudes y Prácticas de los estudiantes de la UAM hacia la donación de sangre. Este reveló que los estudiantes perciben la publicidad en medios tradicionales y redes sociales como menos efectiva para motivar la donación. Los jóvenes, en cambio, sugieren estrategias de comunicación más personalizadas y en las que puedan participar directamente, por lo tanto, es muy importante el uso de canales de comunicación que los estudiantes consulten con regularidad.



A raíz de esta información valiosa, se ha decidido emprender una campaña multicanal que llegue al máximo número de estudiantes, difundiendo información y reclutando donantes y futuros donantes.

Los carteles de Donar Vida

En 1440, la imprenta de Gutenberg revolucionó la difusión del conocimiento, permitiendo la creación de múltiples copias en papel de manera eficiente, ahorrando así tiempo y recursos. De manera similar, los carteles, como herramienta de comunicación visual, utilizan la expresión gráfica como medio efectivo para transmitir mensajes de manera accesible y de impacto. Considerando el diagnóstico, revisado previamente, la implementación de una estrategia de comunicación visual a través de carteles se vuelve altamente pertinente para promover la donación altruista de sangre entre los estudiantes universitarios.

Los carteles, como medio de comunicación, tienen una larga trayectoria de efectividad y relevancia en la difusión de mensajes impactantes y de fácil comprensión para el público general. Su capacidad para transmitir información de manera clara y concisa, combinando elementos visuales y textuales, los convierte en una herramienta idónea para el objetivo de concientizar y motivar a la población estudiantil sobre la importancia de la donación de sangre. A lo largo de la historia, los carteles han estado estrechamente relacionados con la realidad social, política y cultural, evolucionando al compás de los movimientos artísticos y tecnológicos. Los carteles se componen de textos concisos, imágenes y colores para conectar de mejor forma con el público. Gracias a su efectividad, se han convertido en uno de los principales medios publicitarios, ya que son capaces de impactar a diversos grupos sociales mediante tipografías, fotomontajes, pictogramas y arte.

Teniendo en cuenta los recursos y las características de nuestro proyecto, hemos optado por crear una serie de mensajes que busquen transformar la actitud de los estudiantes hacia la donación de sangre. Los carteles forman parte de una estrategia multimodal que nos permite adaptar estos mensajes tanto a formatos digitales como a formatos tradicionales. Dentro de la estrategia de Donar Vida, esta intervención se encuentra estrechamente vinculada con el concepto de “concientización” dentro del marco del Modelo de Creencias de la Salud (HBM), adaptado a nuestra propuesta. Mediante la utilización de carteles visualmente impactantes y con mensajes claros, el objetivo es

empoderar a los jóvenes universitarios como agentes de cambio y cultivar una cultura de solidaridad y responsabilidad social en la comunidad estudiantil.

Al desarrollar la colección de carteles se han considerado cuidadosamente algunos parámetros clave que guían todo el proceso de diseño. Uno de los aspectos más significativos es la replicación asequible con un presupuesto limitado. Reconociendo las restricciones presupuestarias y la necesidad de maximizar los recursos disponibles, se ha optado por técnicas de diseño que permitan la reproducción en masa de los carteles de manera económica y eficiente. La elección de materiales y métodos de impresión rentables se ha convertido en un factor crucial en la creación de una serie de carteles visualmente atractivos y de alta calidad que puedan ser difundidos ampliamente en los diversos espacios de la universidad.

Con base en estas consideraciones, se ha tomado la decisión estratégica de diseñar los carteles en blanco y negro, lo que permite una fácil reproducción a través de fotocopias en blanco y negro. Este enfoque tiene como objetivo maximizar la accesibilidad y reducir los costos asociados con la reproducción y distribución de los materiales. Al utilizar un formato en blanco y negro, se ha buscado facilitar la producción masiva de los carteles de manera económica y eficiente, haciendo posible realizar intervenciones en todos los rincones de la universidad.

Además de lo anterior, los carteles se han diseñado para invitar a la interacción. La propuesta se ha enfocado en desarrollar mensajes que no solo informen, sino que también generen un diálogo y una conexión emocional con el público objetivo. En el diseño de los carteles, además de frases ingeniosas, se han dejado espacios para que los estudiantes puedan intervenirlos escribiendo sus pensamientos, agregando detalles, o incluso transformándolos por completo. La inclusión de llamados a la acción y preguntas reflexivas busca estimular la participación de los estudiantes, alentándolos a involucrarse de manera directa con el tema de la donación de sangre.

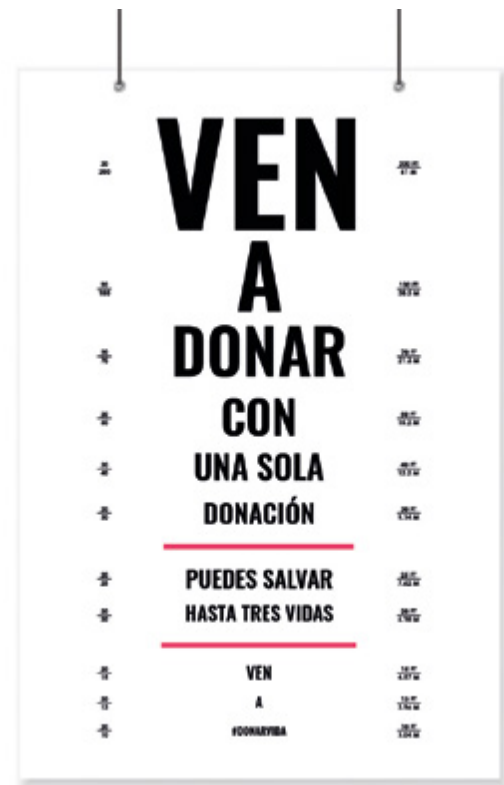
La donación de sangre implica un cambio de actitud, se busca, por lo tanto, fomentar una revolución en el pensamiento y las actitudes de los estudiantes. Con esta idea en mente, se ha decidido utilizar la inspiración de la representación del graffiti través de la imagen de una pared sobre la cual la gráfica de los estudiantes adquiriría la estética de aquella manifestación cultural. Esto le permite a los estudiantes intervenir los materiales, al igual que los carteles intervienen las paredes.



En cuanto al contenido de los carteles, considerando que una característica distintiva de la formación en la UAM es su enfoque filosófico, se ha elaborado la siguiente lista de frases originales de filósofos, expresiones populares y personajes célebres, a las cuales se les ha incorporado la temática de la donación

FRASE	AUTOR	Mensaje [...] ven a #DonarVida
Dono y luego existo@	Descartes	[...piensa y...] ven a #DonarVida
Pienso y luego dono	@Descartes	[...Tú que puedes...] ven a #DonarVida
La inspiración existe, pero tiene que encontrarte donando	@Picasso	[...inspirate y...] ven a #DonarVida
Admira a quién lo intente aunque fracase	@Séneca	[...inténtalo...] ven a #DonarVida
<i>Ilustración mancha Banksy</i>		[......] ven a #DonarVida
No es lo que tenemos, sino lo que donamos lo que contruye nuestro ser	@Epicuro	[...Tú que puedes...] ven a #DonarVida
Todos quieren salvar el mundo pero nadie piensa en donar	@Tolstoi	[...cambia y...] ven a #DonarVida
Un amigo de todos es un amigo donante@	Aristóteles	[...vive y...] ven a #DonarVida
No hay otra obligación que ser valientes	@Borges	[... ..] ven a #DonarVida
Necesitas caos en tu alma para donar a una estrella danzante@	Nietzsche	[...da luz y...] ven a #DonarVida
Los diseñadores tenemos dos tipos de sangre: CMYK o RGB@	vox_populi	[...se de los que inspiran y...] ven a #DonarVida
No le digas a la impresora que vas a donar sangre@	vox_populi	[...que no huele tu miedo...] ven a #DonarVida
Métele más diseño para que vengan a donar ¡porfi!	@vox_populi	[...no te hagas el comic y...] ven a #DonarVida
Debo ir a donar. Debo ir a donar. Debo ir a donar.	@Bart_Simpson	[...que no se te olvide...] ven a #DonarVida
Todos quieren salvar el mundo pero nadie piensa en donar	@Tolstoi	[...cambia...] ven a #DonarVida
La inspiración existe, pero tiene que encontrarte donando	@Picasso	[...esfuérzate y...] ven a #DonarVida
No es lo que tenemos, sino lo que donamos lo que contruye nuestro ser	@Epicuro	[...disfruta y...] ven a #DonarVida
Admira a quién lo intente aunque fracase	@Séneca	[...tienes buenas razones...] ven a #DonarVida
Cada palabra tiene consecuencias, cada donación también@	Sartré	[...alza la voz y...] ven a #DonarVida
1 donación salva 3 vidas	@OMS	[...corre...] ven a #DonarVida
El altruismo es la pintura de la voz	@Voltaire	[...ayuda...] ven a #DonarVida
La obra maestra de la injusticia es es parecer donante sin serlo	@Platón	[...cambia y...] ven a #DonarVida
No hay otra obligación que ser valientes	@vox_populi	[......] ven a #DonarVida
Quien se atreve es quien dona	@Virgilio	
Un donador tiene el universo en su mente y hasta 3 vidas en sus brazos	@daVinci	[...tienes buenas razones...] ven a #DonarVida

FRASE	AUTOR	Mensaje [...] ven a #DonarVida
Si tienes miedo, hazlo con miedo	@vox_populi	[... ..] ven a #DonarVida
Tu donas, ellos viven		[... ..] ven a #DonarVida
<i>Ilustración cartel manos gota</i>	@MiguelÁngel	[... ..] ven a #DonarVida
<i>Ilustración gota en la mano</i>		[... ..] ven a #DonarVida
<i>Ilustración corazón conexión</i>		[... ..] ven a #DonarVida
<i>Ilustración bolsa</i>		[... ..] ven a #DonarVida
Alexa, pon una cita el ___ en ___		[...aparta los días y...] ven a #DonarVida
Oye Siri, agrega una cita el ___ en ___		[...aparta los días y...] ven a #DonarVida
No te detengas hasta que estés orgullosos		[...usa tu #sangrepantera y...] ven a #DonarVida
sé fuerte cual pantera para hacer su deseo, ágil como corzo y valiente cual donador	@Haleví	[...usa tu #sangrepantera y...] ven a #DonarVida
Los malos artistas imitan, los grandes donan	@Banksy	[...deja tu huella y...] ven a #DonarVida
Deja tu marca en el universo.	@SJobs	[... ..] ven a #DonarVida
Donde hay poder, hay que donar.	@Foucault	[... ..] ven a #DonarVida
El conocimiento es poder.	@Foucault	[... ..] ven a #DonarVida
Comienza ya a ser donante en vez de calcular quién serás	@Kafka	[...transfórmate y...] ven a #DonarVida
Las grandes ideas vienen en diferentes colores, la sangre también@	vox_populi	[...todxs podemxs...] ven a #DonarVida
Si quieres entender a un donante, no escuches sus palabras, observa sus acciones	@Einstein	[...acompaña a un donador...] ven a #DonarVida
La pasión por lo que haces te hará entender que para donar los límites son mentales	@vox_populi	[...atévete...] ven a #DonarVida
Soy lo que soy, un donante único y diferente@	Chaplin	[...contamos contigo...] ven a #DonarVida
Prefiero morir donando que morir de aburrimiento@	vanGogh	[...usa tu tiempo y...] ven a #DonarVida
Celebra todas las formas de amar		[... ..] ven a #DonarVida
No subestimes el poder que hay dentro de ti		[...usa tu fuerza y...] ven a #DonarVida
Tu sangre no tiene genero		[...usa tu poder...] ven a #DonarVida
Lo único imposible es aquello que no intentas. Dona y salva vidas.		[... ..] ven a #DonarVida
<i>Ilustración mano peace&love</i>		[...vive y...] ven a #DonarVida
<i>Ilustración seña OK</i>		[... ..] ven a #DonarVida
<i>Ilustración mano peace&love</i>		[... ..] ven a #DonarVida
Yes you can		[... ..] ven a #DonarVida
Celebra todas las formas de amar		[... ..] ven a #DonarVida



NO TE
DETENGAS
HASTA QUE
ESTÉS
ORGULLOSX

[...usa tu sangre pantera y...] ven a #DonarVida



FRASE	AUTOR	Mensaje [...] ven a #DonarVida
Comparte alegría		[...usa tu poder y...] ven a #DonarVida
Todo queda lejos cuando no quieres ir		[...ya que estamos...] ven a #DonarVida
El momento es ahora		[... ..] ven a #DonarVida
No tengas miedo a donar, ten miedo a no intentarlo		[... ..] ven a #DonarVida
Somos la generación del cambio		[... ..] ven a #DonarVida
La salud no se regala, se cuida entre todos		[... ..] ven a #DonarVida
No esperes ver un cambio si tu no lo haces		[... ..] ven a #DonarVida
Confía en el tiempo, que suele dar salidas a quienes piensan en donar	@Saavedra	[...si te importa...] ven a #DonarVida
Comienza ya a ser donante en vez de calcular quién serás	@Kafka	[...transfórmate y...] ven a #DonarVida
Las grandes ideas vienen en diferentes colores, la sangre también@	vox_populi	[...todxs podemxs...] ven a #DonarVida
Si quieres entender a un donante, no escuches sus palabras, observa sus acciones	@Einstein	[...acompaña a un donador...] ven a #DonarVida
La pasión por lo que haces te hará entender que para donar los límites son mentales	@vox_populi	[...atévete...] ven a #DonarVida
Soy lo que soy, un donante único y diferente@	Chaplin	[...contamos contigo...] ven a #DonarVida
Prefiero morir donando que morir de aburrimiento@	vanGogh	[...usa tu tiempo y...] ven a #DonarVida
Celebra todas las formas de amar		[... ..] ven a #DonarVida
No subestimes el poder que hay dentro de ti		[...usa tu fuerza y...] ven a #DonarVida
Tu sangre no tiene genero		[...usa tu poder...] ven a #DonarVida
Lo único imposible es aquello que no intentas. Dona y salva vidas.		[... ..] ven a #DonarVida
<i>Ilustración mano peace&love</i>		[...vive y...] ven a #DonarVida
<i>Ilustración seña OK</i>		[... ..] ven a #DonarVida
Tu gran oportunidad puede ser justo ahora		[...usa tu poder...] ven a #DonarVida
Dejar de donar es dejar de ayudar		[...ya que estamos...] ven a #DonarVida
Donar es un verbo, no una palabra@	Sartre	[... ..] ven a #DonarVida
Si los ciudadanos practicasen entre sí la virtud de donar, no tendrían necesidad de la justicia	@Aristóteles	[... ..] ven a #DonarVida
Las personas construimos demasiados muros y no suficientes puentes	@Newton	[...contamos contigo...] ven a #DonarVida
La sociedad avanza al ritmo de nuestros pensamientos, por lo que, si quieres cambiar la sociedad, que tal si piensas en donar...	@Einstein	[... ..] ven a #DonarVida
Donar es el mensaje@	McLuhan	[...comprende y...] ven a #DonarVida
<i>Ilustración prueba de visión</i>		[... ..] ven a #DonarVida

Anatomía mensajes colección carteles

Tamaño: carta 11 x 8.5 pulgadas
Formato: horizontal
Sistema de impresión: fotocopias
Contexto: Carteles pegados en
las paredes de la universidad

Mensaje
Tipografías:
Stencil
Covered by Your Grace

**DONNO
Y
LUEGO EXISTO**

[...piensa y...] ven a #DonarVida

UAM AZC
MIE- JUE
20 - 21
SEPT 2023
9AM - 1PM

@Descartes



Intervén este mensaje y comparte en @donarvidamx



Elementos Informativos:
Logotipo: donar Vida
Nombre de la campaña: ven a #DonarVida
Lugar, fecha, hora
Invitación a intervenir el mensaje
Invitación a vincularse al mensaje
Código QR a web donarvida.mx
Autor de la frase original

Anatomía cartel

Tamaño: 60 x 90 cm
Formato: vertical
Sistema de impresión: plotter a color
Contexto: Carteles pegados en las principales zonas de la universidad

Mensaje
Tipografías: STENCIL
Imagen: Manos que se ayudan



Elementos Informativos:
Logotipos: Donar Vida, UAM 50 años, IMSS, CNTS
Nombre de la campaña: ven a #DonarVida
Lugar, fecha, hora
Código QR a web donarvida.mx

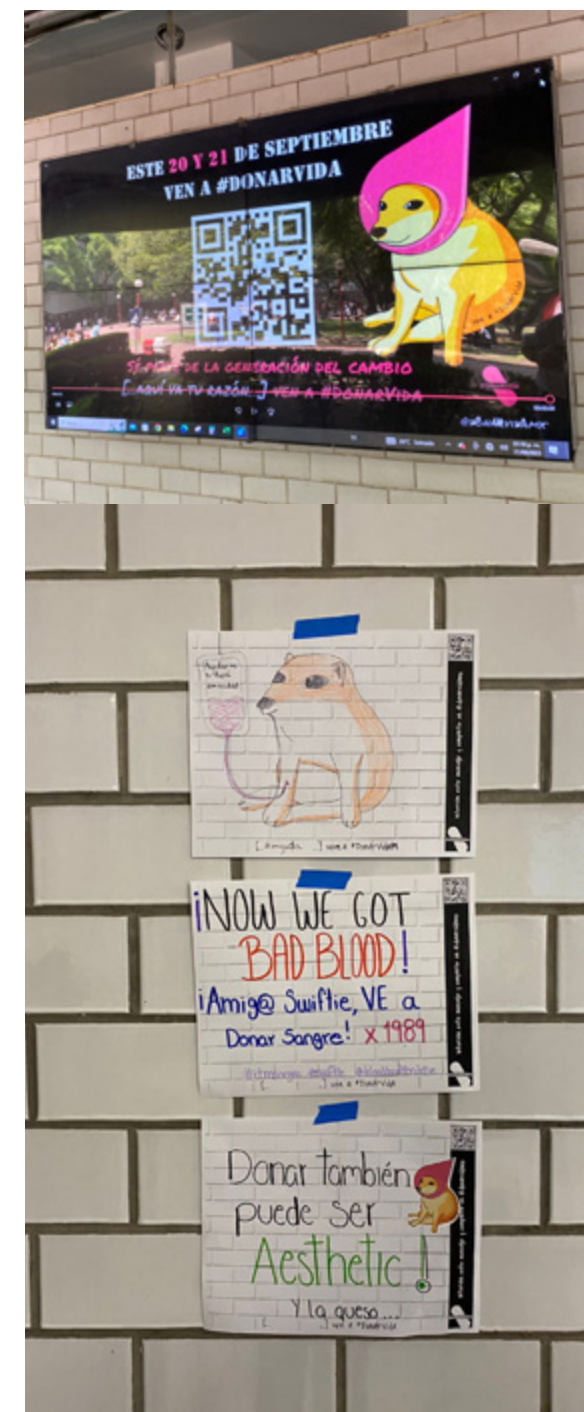
Para facilitar la replicación de los cartelles, los mensajes se adaptaron a hojas de tamaño carta en blanco y negro. Cada cartel incluye una franja informativa que proporciona enlaces para acceder a la página web y las redes sociales. Los cartelles cuentan con una idea principal, comunican la fecha, hora y lugar del evento, y exhiben el logotipo del proyecto Donar Vida. Además, los cartelles dieron nombre a la campaña [] *ven a #DonarVida*.

Además de estos cartelles, también se ha diseñado el cartel principal de la campaña, en el que los azulejos característicos de la UAM conectan los cartelles en blanco y negro con el cartel principal. Este cartel presenta unas manos, una dando y la otra recibiendo, y proporciona información sobre la ubicación, horario y fecha de la colecta, junto con los enlaces para acceder a la página web y obtener más información.

La versatilidad de los mensajes y su formato permite utilizarlos también como contenido digital. Tanto el cartel principal de la campaña como los cartelles de mensajes sirven como contenido para las redes sociales y la comunicación de las campañas en las diferentes unidades.

Los cartelles fueron intervenidos creativamente por los estudiantes y se exhibieron en lugares de alto tránsito, lo que contribuyó a ampliar la difusión y promoción de la salud de manera participativa.

El siguiente video es la invitación que se le hizo a los estudiantes a participar en esta intervención y es un buen recuento de lo que esta estrategia significó.



4.3.4 Guía para el acompañamiento previo y posterior a la donación de sangre altruista

La siguiente intervención, relacionada con el concepto de Barreras Percibidas (Bandura, 1986), es la realización de una guía para el acompañamiento previo y posterior a la donación altruista de sangre. A lo largo de la investigación se ha identificado que no hay concordancia en la información básica para acudir a un banco de sangre a donar. Si bien, es posible encontrar la lista de requisitos previos a la donación en una página de internet, al llegar a la institución, en muchos casos, los requisitos son otros. Esto genera apatía y desperdicio de recursos, como tiempo y dinero para los posibles donantes. Por lo anterior, se han estudiado diferentes formatos de diversas instituciones y se comprobó que no hay coherencia entre los requisitos publicados en formatos digitales comparados con medios impresos y tampoco coinciden con los requisitos que se solicitan al presentarse directamente en las diferentes instituciones.

En este contexto, en el que la falta de coherencia y uniformidad se evidencia, se resalta la relevancia de revisar una serie de criterios clave en el diseño de secuencias de procedimientos (SIP), que van más allá de la simple redacción y la presentación visual. Por ello, como primer paso para la elaboración de una nueva propuesta de guía para acudir a donar, se ha realizado una comparación de los criterios de franqueza, contenido, relación y diseño de acuerdo con el modelo teórico propuesto por Rob Waller en *What makes a good document? The criteria we use* (2011).

En este análisis se tiene en cuenta que tan fácil es para las personas entender los contenidos bajo *criterios lingüísticos*, de diseño, de relación y de contenido.

A continuación se expone la evaluación de una de las guías para la donación de sangre que actualmente se usa en el Instituto Mexicano del Seguro Social. Primeramente, los criterios lingüísticos explican que tan fácil es para la gente entender los contenidos:

Franqueza:

- No se utiliza un lenguaje directo
- No aparece el sujeto en la oración
- Las oraciones son directas y compactas

Estructura:

- No se deja claro quién realiza qué acciones
- No se usa un lenguaje directo
- No aparece el sujeto en la oración
- Las oraciones son directas y compactas

Lenguaje llano

- En general, se usa un vocabulario común libre de tecnicismos.

Gramática y puntuación

- Los textos presentan de forma recurrente errores de sintaxis y mal uso de signos de puntuación

Leibilidad

- El texto no se lee de forma fácil, es necesario esforzarse para lograr entenderlo.

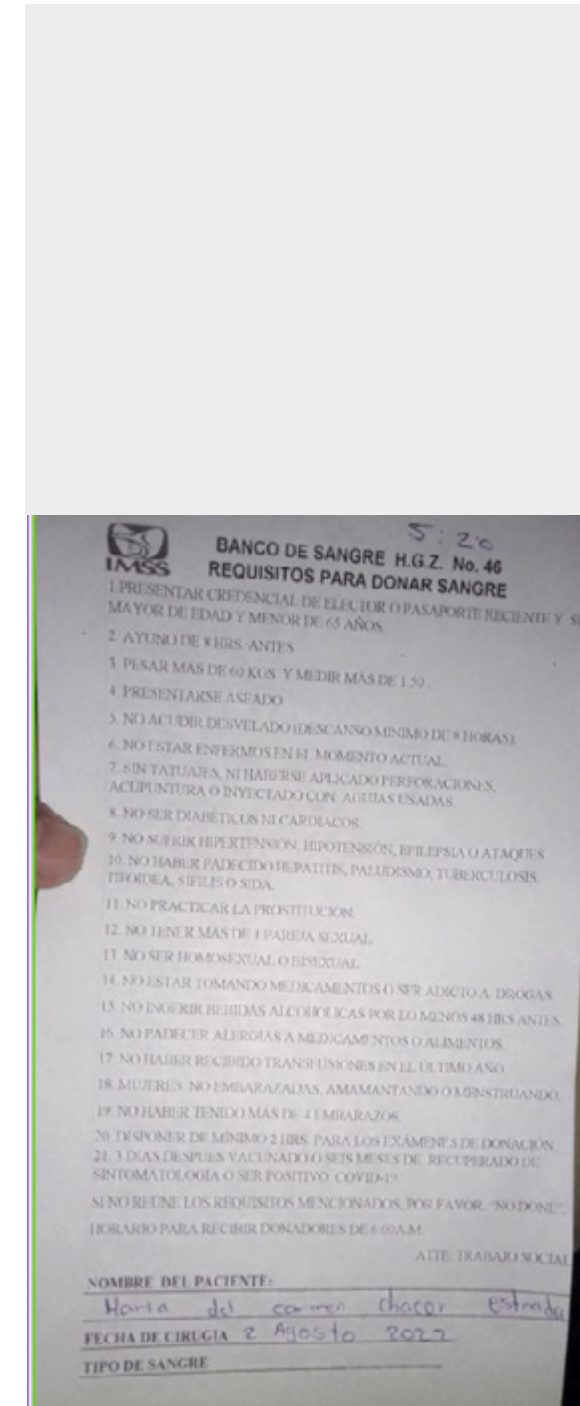
En segundo lugar, los criterios de diseño miden el impacto visual del documento y la forma en que su diseño influye en la usabilidad:

Legibilidad

- No se destacan las palabras y frases importantes
- No se utilizan letras fáciles de leer
- En el documento se emplean más de dos tipos de letra
- No hay sobrecarga ornamental
- No se tiene en cuenta el tamaño de letra, ya que al tener demasiado contenido sólo se considera que esté todo dentro de la página.
- El mensaje entero está escrito en mayúsculas
- No hay espacios en blanco para el descanso de la vista

Elementos gráficos

- Color: blanco y negro
- Líneas: se utilizan como espacio de respuesta para los usuarios
- Textura: papel bond para fotocopias
- Tamaño: media carta
- Formato: Impreso, fotocopia blanco y negro que se entrega en hospitales y centros de salud.



- Valor: Se utilizan negritas, tres tipos de fuente, demasiada carga de información
- No hay espacios de descanso visual

En cuanto a la estructura

- Simetría: No hay simetría, el logotipo está fuera de proporción
- Segmentación y fragmentación: El formato tiene tres espacios, encabezado, cuerpo y espacio para los datos del usuario
- Constancia perceptual: Para el usuario es fácil identificar las áreas de encabezados, cuerpo y datos, pero es muy fácil perder el guión de lectura.
- Orden: el texto está ordenado y numerado.
- Proporción áurea: No se ha tomado en cuenta ninguna retícula.
- Impresión: El documento no es atractivo, está replicado por cuestiones de economía en fotocopias blanco y negro, sin ninguna atención al diseño del formato.

Por otra parte, los criterios de relación se refieren a lo que define al autor de la comunicación y la forma en la que se distingue la información:

- Aparece el logotipo y la información de la clínica que lo utiliza, en este caso el banco de sangre HGZ No. 46 del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).
- No se muestran canales de comunicación y no hay alternativas para personas con necesidades especiales (inclusión).
- No está diseñado para una audiencia específica, no hay ningún esfuerzo de adecuación a los conocimientos ni habilidades específicas de los usuarios.
- En cuanto al tono, el mensaje no está escrito de manera positiva pero sí está escrito en lenguaje común.

Por último los criterios de contenido se centran en el mensaje que se desea compartir:

- Los contenidos no están categorizados jerárquicamente
- Es poco claro el mensaje que se quiere comunicar
- Las acciones que se requieren del usuario no quedan completamente claras

Con el objetivo de simplificar y acelerar el proceso de donación de sangre, enfocándonos en una comunicación efectiva, a partir de este diagnóstico se ha diseñado una nueva guía clara y accesible que tiene como objetivo alentar a más personas a donar sangre, contribuyendo así a salvar vidas.

Para este fin, ha sido necesaria la revisión exhaustiva del manual de prácticas para la donación de sangre desarrollado por el Centro Nacional de Transfusión Sanguínea (CNTS), que es la institución encargada de regular los diferentes bancos de sangre del país.

El siguiente prototipo fue desarrollado tras un proceso de bocetaje, traducción y síntesis de contenidos y adaptación del lenguaje. Está desarrollado de forma digital en la plataforma [figma.com](https://www.figma.com) en la que se puede acceder a la información de forma ágil y sencilla.

En esta secuencia se explica por qué es necesario donar sangre, los pasos de una donación y se presenta un listado con los requisitos básicos para donar.

Una vez que se comprueba esta información, se accede a un breve cuestionario previo:

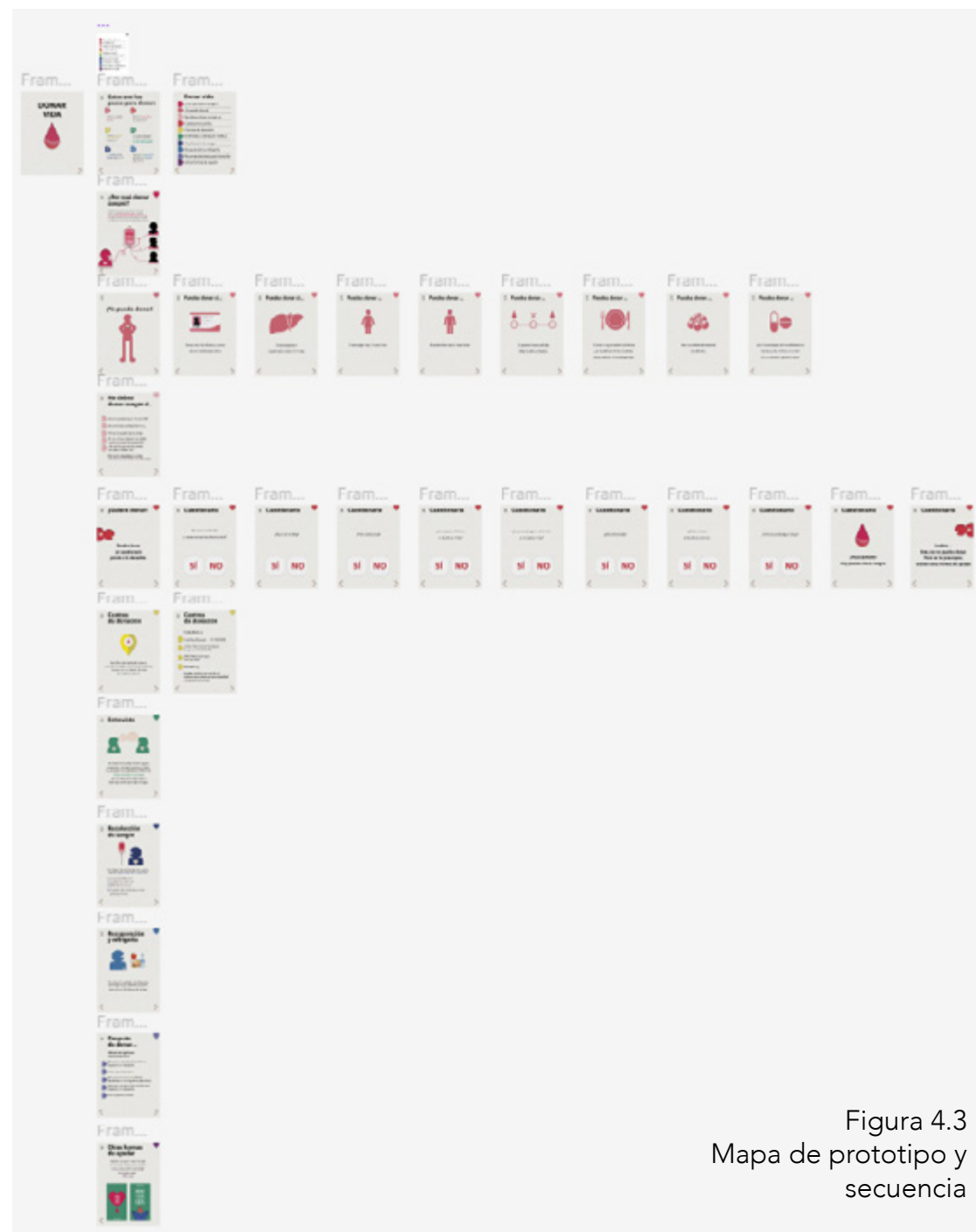


Figura 4.3
Mapa de prototipo y secuencia



Una vez que se ha respondido, se informa si se es o no candidato a donante. En caso de ser candidato, el prototipo te dirige a información básica sobre bancos de sangre a los que puedes ir a donar y te explica los siguientes pasos del proceso.

En caso de no ser candidato, te dirige a un espacio en el que se muestran otras formas de ayudar.

En esta guía se han detallado los requisitos para donar sangre, como la edad, el peso, la salud general y otros factores que garantizan una donación segura con el fin de mejorar la comprensión de los requisitos previos.

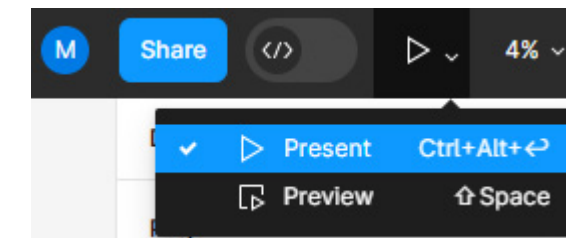
El prototipo puede ser probado en el siguiente enlace:



Prototipo Figma

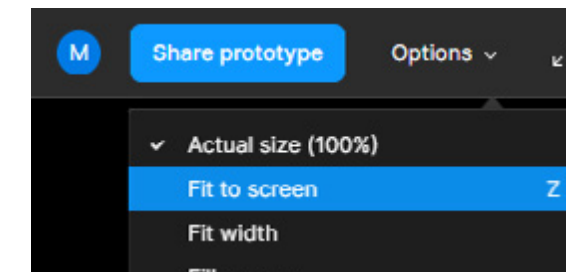


Para poder probarlo de una forma realista, es importante pulsar play en el ícono que se encuentra debajo de la barra del buscador en el lado derecho:



Para tener una mejor experiencia en la prueba de este prototipo, se debe acceder con el código QR. En la esquina superior derecha debes poner play.

Después, para poder verlo correctamente en la pantalla, se debe seleccionar "Fit to screen":



Se debe ajustar el formato del prototipo para mejorar la experiencia según el tipo de pantalla en el que se va a probar.

Posteriormente, se realizó una adaptación de este prototipo a un cuestionario de google forms que permite responder el cuestionario y almacenar la información, pero se decidió detener su uso hasta que alguna institución se interesara en él y sea la responsable del manejo de datos.

Cuestionario digital
Versión beta 3.0



4.4 Circuito de donación altruista de sangre en la UAM

Por último, a modo de integrar todas las intervenciones presentadas en este proyecto, el 14 de diciembre de 2023 se realizará un evento sin precedentes: un día de donación altruista en las instalaciones de todas las Unidades Académicas de la Universidad Autónoma Metropolitana. El clímax de este arduo pero gratificante trabajo se materializará en un circuito de donación, es decir, una campaña de donación que unirá a cada Unidad Académica de la UAM con diversas instituciones de salud. De esta manera se podrá contribuir a aumentar las reservas de sangre de cinco instituciones de salud de la Ciudad de México y a salvar vidas.

La trascendencia de este evento no solo radica en la magnitud de la participación, sino también en las alianzas interinstitucionales forjadas. Por primera vez los bancos de sangre participantes realizarán la unificación de criterios de elegibilidad de los candidatos a donantes, esto, sin duda, aportará a la eficacia de la campaña, facilitando y agilizando el proceso de donación de manera considerable. Esto es gracias a la cooperación y colaboración entre las instituciones de salud y la comunidad universitaria que ha generado un ambiente propicio para una realización efectiva y exitosa del evento.

Este evento tiene un gran valor para el proyecto Donar Vida, pues se realizará la implementación conjunta de todas las propuestas y actividades diseñadas durante el proceso de esta investigación. Cada taller, cada cartel, y cada interacción colaborativa entre los estudiantes, el personal de la salud y la comunidad universitaria se verán reflejadas en un proyecto vivo. Además, este evento no solo simboliza la culminación de meses de arduo trabajo y dedicación, sino que también servirá como un testimonio concreto de la efectividad y viabilidad de las estrategias y enfoques adoptados. Será un recordatorio conmovedor de la importancia de la solidaridad y la empatía, y de cómo la unificación de ideas y acciones puede marcar una diferencia palpable en la vida de quienes nos rodean.



5. ...por último

zoom out

5.1 un zoom out

PROYECTO Donar Vida

- Donar Vida es un proyecto que busca estimular la donación altruista en contextos universitarios.
- Donar Vida es un proyecto de investigación que vincula a instituciones de educación superior e instituciones de salud para diseñar e implementar intervenciones con gran impacto en contextos universitarios, estimulando la donación altruista en estudiantes que influyen en personas mayores y menores que ellos.
- Donar Vida es un proyecto interdisciplinario que propone estrategias de comunicación y diseño para la salud.
- Donar Vida no gestiona el manejo de la sangre.
- La forma en la que el proyecto Donar Vida contrasta es que tiene en cuenta las necesidades de las instituciones con las que ha colaborado además de una amplia investigación de campo para la comprensión del problema de la donación en cuanto a los factores que estimulan y alejan a los estudiantes como candidatos a donantes.

Se han identificado a los actores del sistema:

1. Instituciones de Salud
 - Centro Nacional de Transfusión Sanguínea
 - Banco Central de Sangre del Centro Médico Nacional la Raza IMSS La Raza
2. Instituciones de Educación Superior
 - UAM
3. Estudiantes universitarios
 - Donantes
 - Nuevos donantes
 - No donantes

Se han identificado las necesidades y las expectativas de cada actor del sistema:

1. Instituciones de Salud:



Necesidades:

1. Es necesario generar una reserva de sangre para atender las necesidades hospitalarias de la población.
2. Es necesario obtener recursos para estimular a la población en contextos no hospitalarios sin desatender la fuente que de momento es la única forma de obtención de sangre para transfundir, la donación por reposición.
3. Es necesario trabajar de forma interdisciplinaria para conseguir estos objetivos, puesto que actualmente toda la responsabilidad cae en el sector médico.

Expectativas:

1. Incentivar a la población a donar de forma altruista, puesto que la sangre para transfundir solo puede ser obtenida de otro donante.
2. Trabajar de forma interdisciplinaria para mejorar los procesos de recolección de sangre
3. Mejorar la participación de donantes en las colectas altruistas para tener sangre segura para transfundir.

2. Instituciones de Educación Superior

Necesidades:

1. Brindar una educación en salud de forma transversal a los estudiantes durante su paso por la universidad a fin de mejorar su calidad de vida.
2. Generar conciencia sobre la importancia de la salud en los jóvenes con el objetivo de que comprendan que no es una cuestión de edad sino de cuidados y prevención.
3. Vincular a las Instituciones de Salud con las universidades a fin de brindar mejores oportunidades para los estudiantes.

Expectativas

1. Generar una cultura de salud en los estudiantes a fin de que estén mejor preparados para su futuro cuidando su salud.
2. Generar programas con instituciones de salud a beneficio de los estudiantes como campañas de vacunación, prevención y cuidados del cuerpo.
3. Estimular la participación de los jóvenes en estos programas.
4. Concientizar a los estudiantes sobre la salud, pues se cuida entre todos.

- Trabajar de forma interdisciplinaria con otros departamentos ya que es necesaria la difusión de estas necesidades.

3. Estudiantes universitarios

Necesidades:

- Estimulación para participar en programas de salud.
- Mensajes de concientización sobre los cuidados y prevención de la salud.
- Campañas dirigidas a estudiantes, en las que los mensajes sean diseñados para ellos y sean capaces de integrar su colaboración de forma activa.

Expectativas:

- Más ejercicios de salud dirigidos a ellos dentro del contexto universitario, ya que es su casa de forma temporal.
 - Más oportunidades para formar parte de una sociedad responsable, en la que ellos sean actores e influencias en la sociedad para transmitir los mensajes que benefician la salud de todos.
 - Información comprensible para poder formar parte de estos grupos activos en el cuidado de la salud.
- El modelo *Donar Vida* propone generar un programa que permita diseñar estrategias de comunicación y diseño para la salud enfocadas en estudiantes, los cuales son una gran influencia en generaciones mayores y menores que ellos. De esta forma se logrará un impacto a futuro, en el que es posible ver la mayor demanda de recursos y la escasez de ellos. Educar en la salud genera un futuro más sustentable para la humanidad.
 - La generación de estrategias que evolucionan y se adaptan permite la retroalimentación entre las instituciones ofreciendo mejores resultados.
 - El modelo *Donar Vida* es replicable en estrategias de vacunación, prevención y cuidados de la salud ya que contempla un abanico de factores como los sociales, económicos, políticos, motivacionales y culturales.

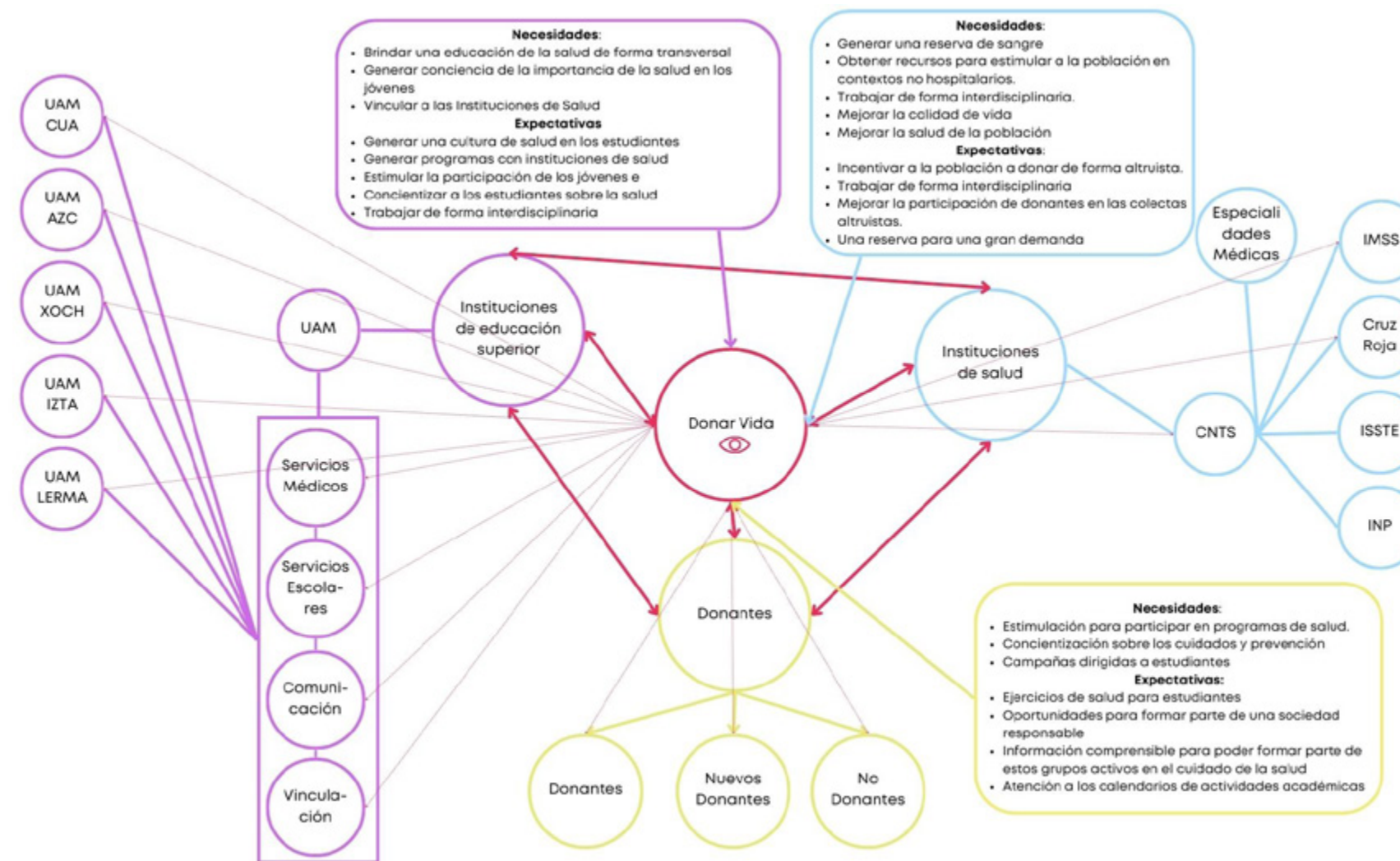


Figura 5.1
Necesidades y expectativas del sistema Donar Vida

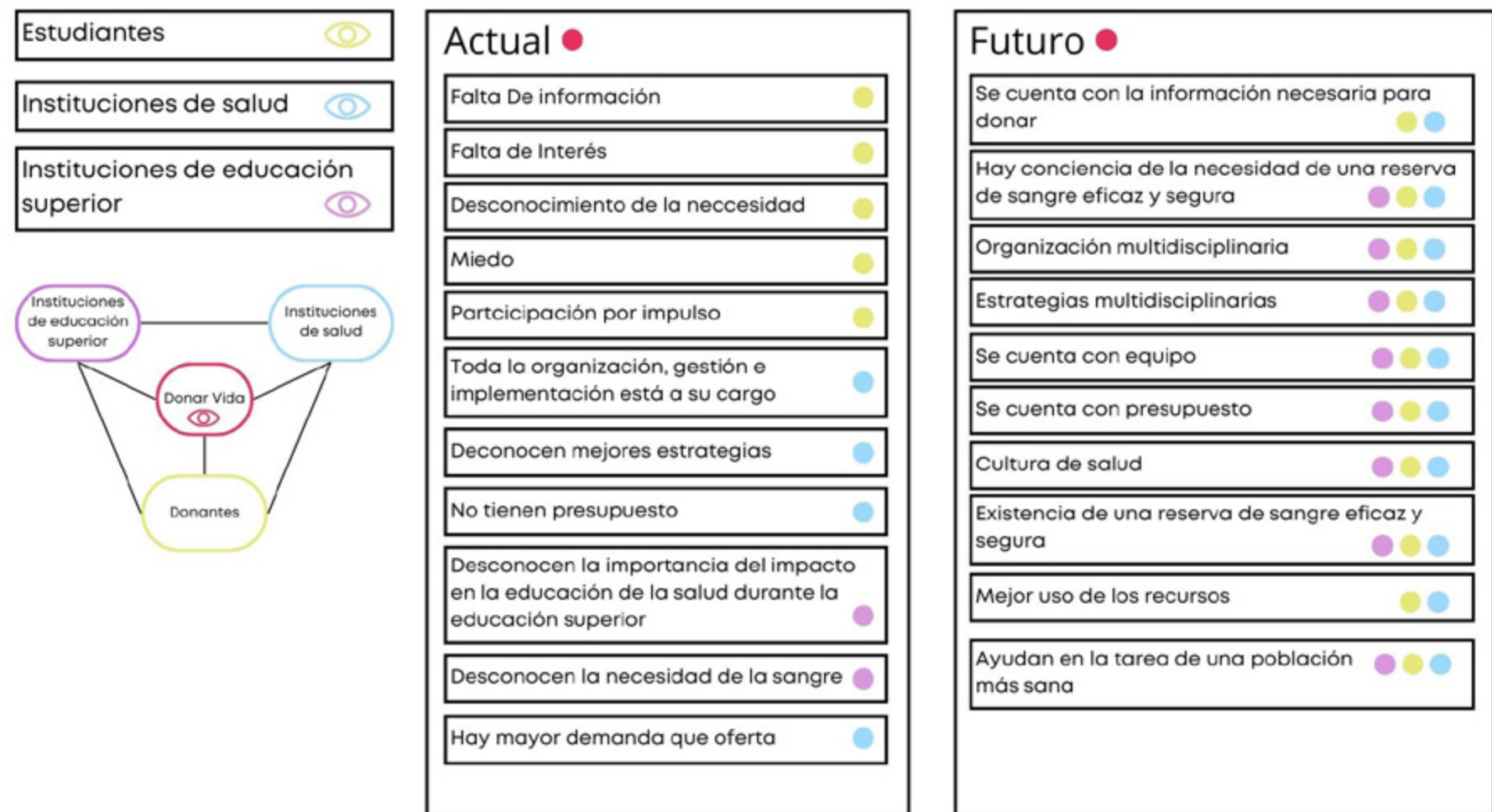


Figura 5.2
Perspectivas del sistema Donar Vida



Figura 5.3
Impacto del sistema Donar Vida

El presente proyecto se ha enfocado en abordar la escasez de suministros sanguíneos y promover la concientización sobre la importancia de la donación altruista de sangre entre los estudiantes universitarios. El objetivo inicial fue diseñar una estrategia multimodal de intervenciones desde el diseño y la comunicación para fomentar la donación altruista de sangre en el estudiantado de la UAM. Luego del análisis y la recopilación de información a lo largo de este proyecto de investigación, se han identificado una serie de conclusiones que arrojan luz sobre las complejidades y desafíos asociados con este tema.

En primer lugar, resulta evidente que la concientización y la comprensión profunda del proceso de donación de sangre entre la comunidad estudiantil es fundamental para fomentar una participación activa y continua. Las percepciones y actitudes actuales de los estudiantes reflejan una diversidad de factores que influyen en su disposición a participar en estas campañas, desde la falta de información y conocimiento sobre el proceso hasta temores y falsas creencias arraigadas en torno a la donación de sangre. Por lo tanto, se ha determinado que una estrategia integral de educación y concientización es crucial para abordar estas percepciones erróneas y fomentar una actitud positiva hacia la donación altruista de sangre.

En este sentido, el enfoque del pensamiento sistémico ha demostrado ser fundamental en la comprensión profunda de la complejidad de los desafíos relacionados con la donación de sangre. Al adoptar una visión holística y considerar las interconexiones y dinámicas entre diversos actores y factores involucrados en el proceso de donación, se han logrado identificar no solo los obstáculos superficiales, sino también los factores subyacentes que afectan la participación y la motivación de los estudiantes. Esto ha sido fundamental para definir los puntos de intervención más efectivos y diseñar estrategias que no sólo aborden los desafíos inmediatos, sino que también promuevan un cambio sostenible a nivel sistémico.



Así mismo, la propuesta de modelo empleada en este proyecto, que combina los principios del Modelo de Creencias de la Salud con un enfoque participativo de comunicación de la salud, ha revelado la eficacia de abordar la promoción de la donación de sangre desde una perspectiva multidimensional. Al fusionar el énfasis en la percepción de riesgos y beneficios del Modelo de Creencias de la Salud con la participación activa y el diálogo colaborativo, se ha generado un enfoque que no solo aborda las barreras perceptuales hacia la donación de sangre, sino que también empodera a los participantes para que se conviertan en agentes de cambio.

Además, se ha confirmado la importancia de adaptar las estrategias de comunicación y diseño a los contextos y necesidades específicas de los estudiantes universitarios. Este enfoque implica la implementación de campañas más personalizadas y el desarrollo de mensajes y materiales visuales atractivos y persuasivos que se conecten de manera efectiva con la comunidad estudiantil. La participación activa de los estudiantes en la creación de mensajes y materiales visuales ha demostrado ser una herramienta valiosa para generar un mayor sentido de pertenencia y compromiso con el proceso de donación de sangre.

Con respecto a lo anterior, la retroalimentación proporcionada por el estudiantado permitió comprender en mayor profundidad los diversos desafíos y factores que podrían influir en la participación y el éxito de las intervenciones diseñadas a lo largo de este proyecto. Por ejemplo, se reveló que la principal fuente de información por la que los estudiantes de la UAM Cuajimalpa se enteraron de la campaña de donación fueron los carteles distribuidos en diversos puntos de la Unidad. Este hallazgo apunta claramente a la efectividad y la repercusión positiva de esta táctica de comunicación. La segunda fuente de información más predominante fue el correo institucional, demostrando que sigue siendo un medio crucial para alcanzar a una parte significativa de la comunidad universitaria.

En ese mismo sentido, entre las preocupaciones manifestadas por los donantes, el temor al dolor resultó ser una de las principales barreras para participar. Sin embargo, después de donar sangre, la percepción del dolor fue evaluada por los participantes en una escala del 0 al 10, en la que 0 indica "sin dolor" y 10 "máximo dolor imaginable". El 66.7% de los participantes asignó un puntaje entre 0 y 4, expresando que la experiencia general de dolor fue mínima y manejable para la mayoría. Este descubrimiento resalta la importancia de abordar y disipar las preocupaciones relacionadas con el dolor, lo

que podría impulsar a más personas a participar en futuras campañas de donación de sangre. Para ello, se instaló una lona interactiva con la escala de dolor en el lugar de la campaña. Esta herramienta permitió que los participantes compartieran su percepción del dolor en tiempo real, ofreciendo así una visión inmediata y tangible de cómo la mayoría de los donantes percibían el proceso.

Por otra parte, se ha evidenciado la importancia de establecer alianzas estratégicas entre instituciones de salud y universidades para garantizar el éxito y la sostenibilidad de las campañas de donación de sangre. La colaboración interdisciplinaria entre diversas entidades ha demostrado ser fundamental para crear un enfoque integral y coordinado que aborde los desafíos y obstáculos identificados en esta investigación. De igual forma, la integración de recursos y conocimientos de múltiples disciplinas, como la comunicación, el diseño y la salud, ha permitido desarrollar estrategias innovadoras y efectivas para fomentar la participación en la donación de sangre altruista.

Tras el análisis en las intervenciones se ha verificado que las propuestas definidas en la propuesta estratégica han cumplido con las expectativas. Además, se ha verificado que estas propuestas se adaptan adecuadamente al público objetivo y es posible alcanzarlas si cada institución colabora con los recursos necesarios para su implementación. Las diferentes instituciones se han mostrado entusiastas con la implementación del proyecto en futuras campañas de donación.

En última instancia, el desarrollo de un programa integral, como Donar Vida, ha surgido como la culminación lógica de esta investigación. Este programa se ha diseñado para unificar y coordinar todos los esfuerzos y hallazgos identificados a lo largo del proceso de investigación. La implementación de este programa permite establecer un vínculo sólido entre instituciones de salud, universidades y estudiantes, fomentando así una cultura de solidaridad y compromiso social en la comunidad universitaria. Donar Vida representa la confluencia de ideas, esfuerzos y compromisos colectivos, reflejando la esencia de un enfoque interdisciplinario y colaborativo para abordar un desafío de importancia crítica en nuestra sociedad.

Dentro de los aprendizajes, el equipo de Donar Vida propone la generación de un proyecto universitario conformado por personas de la comunidad universitaria en el que los alumnos sean quienes se encarguen de difundir estos contenidos, mantener vivas las redes sociales y ayudar en la vinculación con las instancias dentro de la universidad, así



como las instituciones de salud. Esto hará que los jóvenes se involucren en la creación de una cultura de salud preventiva en la universidad y se continúen desarrollando proyectos de comunicación y diseño para la salud. Para este fin, es importante la asignación de un equipo de trabajo que logre gestionar y vincular tanto a las instancias en el interior de la universidad como el Departamento de Salud, Departamento de Servicios Universitarios, Difusión Cultural y Protección Civil. En la gestión y organización de la colecta que se llevará a cabo el día 14 de diciembre en las unidades Iztapalapa, Cuajimalpa, Xochimilco y azcapotzalco se han establecido protocolos y vinculación con los diferentes departamentos además de las diferentes instituciones de salud participantes. Además es fundamental la asignación de recursos, puesto que es necesario la impresión de materiales gráficos además de alimentos durante las colectas previas a la fase de sangrado y un presupuesto para regalos de fidelización en las campañas futuras dirigidas a la salud.

Por último, rompiendo con todas las formas académicas, deseamos dirigirnos de forma más personal a ti que estás leyendo estas líneas. *Durante todo este recorrido, hemos reconocido que, más que un simple trabajo académico, este proyecto es un esfuerzo colectivo para ayudar a personas reales que necesitan nuestra solidaridad y apoyo. Cada paso que hemos dado ha estado marcado por la convicción de que nuestras acciones pueden marcar una diferencia tangible en la vida de quienes nos rodean.*

No olvidemos nunca que detrás de cada acción, de cada donación y de cada gesto de bondad, hay una historia, una vida y un ser humano que espera nuestro apoyo. Sigamos extendiendo nuestras manos hacia aquellos que necesitan un poco de esperanza y solidaridad, recordando siempre que juntos podemos marcar la diferencia y construir un mundo más compasivo y colaborativo.

Unidos, podemos marcar la diferencia. Unidos, podemos donar vida.

Anexo 1.

Cuestionario sobre conocimientos y actitudes

1. CUESTIONARIO

En México se pretende mejorar el abastecimiento de sangre para asegurar que quien necesite este vital elemento cuente con él en la cantidad suficiente y en el momento oportuno. Para lograr este propósito es importante hacer un diagnóstico de los conocimientos y actitudes de la población ante la donación de sangre. Sus respuestas y opiniones son de gran importancia y de absoluta confidencialidad.

Género: _____

Edad: _____

Licenciatura: _____

¿Has donado sangre alguna vez? _____

2. CONOCIMIENTOS

Instrucciones: Marca con una X la opción que represente mejor tu opinión.

¿Conoces tu tipo de sangre?

Sí No

¿Consideras necesario donar sangre?

Sí No

¿Sabes a cuantas personas puedes ayudar con una sola donación de sangre?

Sí No

Si respondiste "Sí", indica cual es: _____

¿Sabes para qué sirve la sangre donada?

Sí No

¿Sabes cuál es la edad mínima para donar?

Sí No

Si respondiste "Sí", indica cual es: _____

¿Sabes cuál es el peso mínimo para donar sangre?

Sí No

Si respondiste "Sí", indica cual es: _____

¿Cuánto tiempo debe pasar entre una donación de sangre y otra?

1 mes 3 meses un año no sé

¿Crees que se comercializa con la sangre donada?

Sí No

¿La sangre donada se analiza antes de ser transfundida?

Sí No

¿Sabes dónde ir a donar sangre?

Sí No

Lee las siguientes afirmaciones y selecciona cuáles consideras que son falsas y cuales son verdaderas.

Si se ha padecido hepatitis no se puede donar

Verdadero / Falso

Las personas se debilitan por donar sangre

Verdadero / Falso

Se puede contraer VIH al donar sangre

Verdadero / Falso

Las personas tatuadas no pueden donar sangre

Verdadero / Falso

Las personas con perforaciones no pueden donar sangre

Verdadero / Falso

No se recupera la sangre que se dona

Verdadero / Falso

Si eres vegetariano o vegano no puedes donar sangre

Verdadero / Falso

Donar sangre puede hacer que pierdas peso

Verdadero / Falso

Donar sangre puede hacer que subas de peso

Verdadero / Falso

No puedes donar si consumes marihuana

Verdadero / Falso

No puedes donar si consumes tabaco

Verdadero / Falso

No puedes donar si tienes sobrepeso

Verdadero / Falso

No puedes donar si perteneces a la comunidad LGBTTTQ+

Verdadero / Falso

3. ACTITUDES

¿Cuántas veces has donado sangre?

0 1 2 Más de 2 veces

¿En dónde has donado sangre?

Banco de Sangre Campaña móvil

De las siguientes razones para no donar sangre, evalúa el nivel de importancia para:

	Muy importante	Importante	Neutral	No tan importante	No es importante en absoluto
Temor a la extracción de sangre					
Miedo a las agujas					
Por causas médicas					
Por poca información acerca de la donación					
Desconfianza a la esterilidad del material					
Por creer que se comercializa con la sangre					
Por creencias religiosas					

	Muy importante	Importante	Neutral	No tan importante	No es importante en absoluto
Por falta de tiempo					
Por no saber donde acudir a donar					
Por tener rechazo/miedo al ambiente hospitalario					
Por pesar poco o mucho					
Por usar drogas					
Por temor a la pérdida de sangre					
Por temor a enterarme de alguna enfermedad					
Porque nadie me lo ha pedido					

¿Crees que podrías donar sangre en un futuro?

Solo si tu respuesta fue "Sí", valora las siguientes razones por las cuales donarías sangre:

	Muy importante	Importante	Neutral	No tan importante	No es importante en absoluto
Una catástrofe nacional					
Para un familiar o amigo enfermo					
Por publicidad en T.V., radio o periódico					
Por publicidad en redes sociales					
Por haber donado antes					
Si recibo información acerca de la donación					
Si pudiera donar aquí en la universidad					

Gracias por tu tiempo y colaboración.

Anexo 2

Listado de recomendaciones para las instituciones universitarias e instituciones de salud para la organización de colectas de sangre.

- Contactar al Centro Nacional de Transfusión Sanguínea para acordar una fecha y la vinculación con una institución de salud. Lic. Norma Morales, Jefa de Servicios Sociales del CNTS. norma.morales@salud.gob.mx
- Selección de una fecha dentro de las primeras 5 semanas de clases teniendo en cuenta el calendario académico, de esta forma los estudiantes no tienen el estrés del periodo de exámenes. Además, planear las colectas con tiempo de antelación permite organizar las fechas con programas de vacunación y otras actividades dentro de la universidad. Es importante programar las colectas con Servicios Escolares y Jefatura de Salud de la institución universitaria. Sugerimos que el día de la colecta sea miércoles ya que los jóvenes se encuentran en mejores condiciones de salud teniendo en cuenta los hábitos de alimentación, descanso y recreación.
- Acuerdo de uso de espacios para colocación de carpa o camión (esto depende de los recursos de cada institución de salud) y solicitud de un listado de recursos necesarios como tomas de luz, internet, estacionamiento y registro de personal que participará en la colecta.
- Programar el día de activación y difusión de información previa a la campaña. La difusión digital e impresa se recomienda una semana previa a la colecta. La difusión presencial (suele hacerse 1 o 2 días previos a la colecta por parte de la institución de salud). Se recomienda la participación de la mascota de la institución, visita a salones para solución de dudas y difusión en los espacios más transitados de la institución. Se recomiendan entradas principales, patios centrales y comedor. Es muy recomendable tener asesoría de Protección Civil.
- Seleccionar los espacios en los que se difundirá la información impresa además de los días en los que se enviará por medios digitales la invitación para participar en las campañas. Compartir la invitación por medio del correo institucional la semana previa a la colecta y un recordatorio 2 días antes de la colecta.
- Las Instituciones de salud que realizan colectas de sangre cuentan con protocolos de difusión, instalación, proceso de recolección de la sangre y fidelización, por lo que es importante acordar previamente horarios en los que se llevarán a cabo dichas actividades.
- Las instituciones de salud proporcionan a los donantes un refrigerio posterior a la donación. Es recomendable que la institución anfitriona del evento proporcione una canasta con manzanas (o cualquier tipo de fruta excepto plátano, coco y mamey) y servicio de café o té para quienes tienen un ayuno prolongado o un largo tiempo en la espera, pues para la donación es imprescindible aprovechar el interés de quienes desean donar y superan el tiempo de ayuno. Este pequeño refrigerio permitirá que más estudiantes puedan participar.
- Es importante tener un registro de quienes no pueden donar y conocer las razones para poder mejorar su estado de salud e invitarles a participar en la siguiente colecta.
- Es recomendable realizar campañas cada trimestre para generar un hábito de donación.
- La donación de sangre es tarea de todos, por ello, es muy importante agilizar los procesos para facilitar e incentivar la donación voluntaria en futuras generaciones. Seamos parte del cambio. Entre todos podemos generar una reserva de sangre segura y eficaz en nuestro país.

The image features a background of a black and white checkered pattern. Overlaid on this are several overlapping, semi-transparent shapes in various colors: a large yellow shape at the top, a large pink shape in the middle, a smaller orange shape at the bottom center, and a teal shape at the bottom left. The word 'Referencias' is written in white, serif font on a pink rectangular background that overlaps the yellow and pink shapes.

Referencias

Atoche, M. (2003). Comunicación y salud: periodismo institucional y de difusión en la oficina de prensa del Ministerio de Salud. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado de: https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/human/atoche_mm/atoche_mm.htm

Becker, M. H. (1974). The health belief model and illness behavior. *Health Education Monographs*, 2, 409-419.

Bertalanffy, L. (1989). Teoría general de los sistemas. Fundamentos, desarrollo, aplicaciones. México: Fondo de Cultura Económica.

Busse, P., & Godoy, S. (2016). Comunicación y salud. *Cuadernos.info*, (38), 10-13. http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2016000100001&lng=es&tlng=es

Communication for Social Change Consortium. (2003). *Communication for Social Change: Listening, Learning, Local Voices Leading Change*. New York.

Eser, B., Kurnaz, F., Kaynar, L., Yay, M., Şivgin, S., Ünal, A., & Çetin, M. (2010). Are university students a favorable target group for blood donation campaigns? Üniversite öğrencileri kan bağış kampanyaları için uygun bir hedef kitle midir? *Turkish journal of haematology: Official journal of Turkish Society of Haematology*, 27(4), 275–281. <https://doi.org/10.5152/tjh.2010.42>

Gumucio, A. (2010). Cuando el doctor no sabe. *Revista de Investigación y Análisis "Estudios sobre las Culturas Contemporáneas,"* Número 31 (Época II • Volumen XVI • Verano, 2010). Universidad de Colima, México.

Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, XXX(58), 26-39. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Hochbaum, G. M. (1958). Public participation in medical screening programs: A sociopsychological study. Washington, DC: US Government Printing Office. PHS publicación n° 572.

Instituto Mexicano del Seguro Social. (2020). Programa Institucional del Instituto Mexicano del Seguro Social 2020-2024. Recuperado de: <https://www.imss.gob.mx/sites/all/statics/pdf/transparencia/rendicion/PIIMSS-2020-2024-VF.pdf>

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2023, 6 de julio). ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA MUNDIAL DE LA POBLACIÓN [Comunicado de prensa]. Recuperado de: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2023/EAP_DMPO23.pdf

INCYTU. (Febrero 2019). Donación de sangre en México. Recuperado de: https://www.foroconsultivo.org.mx/INCYTU/documentos/Completa/INCYTU_19-030.pdf

Larousse. (1991). *Gran Enciclopedia Larousse (GEL) (Vol. 20)*. Barcelona, España: Planeta.

Mosquera, M. (2002). Comunicación en salud: conceptos, teorías y experiencias. The Communication Initiative Network. Recuperado de: <https://www.comminit.com/content/comunicaci%C3%B3n-en-salud-conceptos-teor%C3%ADas-y-experiencias>

Morin, E. (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. (M. Pakman, Trad.). Barcelona: Gedisa.

Organización Mundial de la Salud. (2023, 2 de junio). Disponibilidad y seguridad de la sangre. Recuperado de: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/blood-safety-and-availability>

Organización Panamericana de la Salud. (2020). *Suministro de sangre para transfusiones en los países de América Latina y el Caribe 2016-2017*. Washington, D.C.: OPS

Organización Panamericana de la Salud. (2019, 14 de mayo). Sangre segura para todos. Recuperado de: https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=15148:safe-blood-for-all-14-june-2019&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0

Pontis, S. (2022). *Comprender la investigación de campo. Una guía práctica para diseñadores de información*. UAM: México.

Restrepo, V. J., López, S., & Vélez, B. (2000). SANGRE: VALENCIAS CULTURALES E IDENTIDADES JUVENILES EN EL CONTEXTO COLOMBIANO. *Nómadas (Col)*, (13), 126-134.

Rosenstock, I. M. (1960). What research in motivation suggests for public health. *American Journal of Public Health*, 50, 295-301.

Tufte, Edward R. 2001. *The Visual Display of Quantitive Information*. Cheshire: Graphics Press. [Google Scholar]

Tufte, T. (2011). Haciendo resonar las voces: Escritura de cartas de lectores, participación de las audiencias y comunicación para el cambio social (pp. 243-282). Universidad del Norte.

U.S. Department of Health and Human Services. (2000). *Healthy people, 2010*. Volumen I.

Vásquez M, Ibarra P, Maldonado M. (2007). Conocimientos y actitudes hacia la donación de sangre en una población universitaria de Chile. *Rev Panam Salud Pública*, 22(5), 323-328.

Waller, R. (2011). What makes a good document? The criteria we use. Simplification Centre. Recuperado de: https://uploads-ssl.webflow.com/5c06fb475dbf1265069aba1e/6090fb24421b454c776fd1a8_SC2CriteriaGoodDoc_v5.pdf



MADIC 10

[...] ven a #DonarVida
www.donarvida.mx