

## Comunicação em saúde pública multiplataforma: o caso Belisário<sup>1</sup>

Lara Wiermann Chaves de OLIVEIRA<sup>2</sup>

Erton Rocha Gomes PEREIRA<sup>3</sup>

Cristiana Carvalho de SIQUEIRA<sup>4</sup>

Matheus Felipe Bomtempo de ALBUQUERQUE<sup>5</sup>

Thaian Gabriel Antonio RAMALHO<sup>6</sup>

Gabriel Campos OLIVEIRA<sup>7</sup>

José Osvano da SILVA<sup>8</sup>

Ricardo Matos de Araújo RIOS<sup>9</sup>

Universidade Presidente Antônio Carlos - UNIPAC

### RESUMO

Este artigo discute a possibilidade de gerar produtos de Comunicação em Saúde multiplataforma, através de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) no campo das Ciências da Comunicação. Para isso, o trabalho discutirá o caso do aplicativo Belisário, desenvolvido pelo Grupo de pesquisas aplicadas em Tecnologia e Comunicação. O trabalho como objetivo discutir as possibilidades de uso de P&D na Comunicação brasileira. Como alicerces teóricos foram utilizadas as ideias de Ries (2012), Taleb (2015) e Santos (2021). Espera-se que a presente análise contribua para discussões sobre Pesquisa e Desenvolvimento na Academia da Comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Belisário; Comunicação; Inovação; Pesquisa e Desenvolvimento; Saúde.

### 1. INTRODUÇÃO

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT05SE - Comunicação, divulgação científica, saúde e meio ambiente, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

<sup>2</sup>Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC. Integrante do Projeto de Pesquisa da UNIPAC Barbacena *Grupo de pesquisas aplicadas em Tecnologia e comunicação*, financiado pela PRODIS/UNIPAC, e-mail: wiermannlara@gmail.com

<sup>3</sup>Graduado em Publicidade e Propaganda pela UNIPAC, email: 93.erton@gmail.com

<sup>4</sup>Estudante de Graduação 5º.semestre do Curso Publicidade e Propaganda da UNIPAC, email: [cristianacarvalhosiqueira388@gmail.com](mailto:cristianacarvalhosiqueira388@gmail.com)

<sup>5</sup>Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Ciências da Computação da UNIPAC. Integrante do Projeto de Pesquisa da UNIPAC Barbacena *Grupo de pesquisas aplicadas em Tecnologia e comunicação*, financiado pela PRODIS/UNIPAC, e-mail: matheusbarbacena@gmail.com

<sup>6</sup>Graduado em Ciências da Computação pela UNIPAC, e-mail: thaianramalho9@gmail.com

<sup>7</sup>Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Ciências da Computação da UNIPAC. Integrante do Projeto de Pesquisa da UNIPAC Barbacena *Grupo de pesquisas aplicadas em Tecnologia e comunicação*, financiado pela PRODIS/UNIPAC, e-mail: 222-000801@aluno.unipac.br

<sup>8</sup>Colaborador do Grupo de Pesquisa supracitado. Professor do Curso de Ciências da Computação da UNIPAC, email: joseosvano@unipac.br

<sup>9</sup>Orientador do trabalho e Coordenador do Grupo de Pesquisa supracitado. Doutor em Comunicação Social pela UFJF. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC, email: ricardorios@unipac.br / ricmrios@gmail.com ; Twitter: @ProfessorRios

Pesquisa e desenvolvimento (P&D) é um processo destinado a criar um produto novo, ou mesmo aprimorar um produto já existente. No ambiente acadêmico, o objetivo da P&D é a obtenção de novos conhecimentos, que podem ou não ser aplicados em usos práticos, seja na indústria ou na própria Academia. As Ciências da Comunicação não podem ficar alheias a esta discussão e precisam pensar em produções de P&D. Gobbi e Betti (2013) relatam que os grandes acontecimentos mundiais e o avanço da tecnologia contribuíram para a emergência da P&D na Comunicação.

Pensando no uso de Comunicação em Saúde aliado à P&D, este trabalho discutirá a aplicação de Produtos Minimamente Viáveis (PMV) na Comunicação em Saúde Pública, através do projeto Belisário. O Belisário é um PMV criado pelo Grupo de Pesquisas Aplicadas em Tecnologia e Comunicação, da UNIPAC Barbacena, surgido da identificação de uma necessidade social, aliada à pesquisa e ao desenvolvimento de uma solução, transformando-se em produto eficaz na área da saúde de Barbacena (MG). Para tanto, o Belisário mapeia a rede de atendimento do SUS em Barbacena e apresenta a rota de atendimento para o usuário, baseado no sintoma de momento. O Belisário traz a possibilidade de se criar uma base sólida para futuras inovações e aprimoramentos, contribuindo assim para o avanço da comunicação na área da saúde e para a geração de conhecimento, unidos à tecnologia.

Como objetivo geral, o artigo deseja apresentar formas de escalagem de produto de P&D na Comunicação. Como objetivos específicos, discutir a viabilidade da criação de PMV na Comunicação, avaliar formas de produção de P&D de forma eficaz e apresentar - por meio de estudo de caso - as possibilidades de escalagem.

## **2. INOVAÇÃO NO PROCESSO DE P&D EM COMUNICAÇÃO**

A produção de um item registrável como patente precisa passar pela inovação. O termo inovação não é estanque e possui diferentes significados. Zaltman (1973) coloca que a inovação pode ser definida em três significados, a saber: 1) o processo de desenvolver um novo item; 2) o processo de adotar um novo item; 3) um novo item. Müller-Prothmann (2006, p. 103) observa que, das três definições, as duas primeiras descrevem inovação como um processo, enquanto a terceira coloca a palavra como o resultado de um processo.

O fato é que P&D em Comunicação pode seguir uma das três definições, mas Giacomini Filho (2010, p. 14) pontua que a área depara-se constantemente com práticas imitativas, que podem ser vistas como replicação de ideias ou evoluções de um produto de acordo com as necessidades do criador. A transformação de algo existente é um processo evolutivo que pode gerar inovação (e novas patentes). Rossetti (2013, p. 65) pontua que esse tipo de inovação (chamada pela autora de parcial) é mais recorrente na área, já que ocorre apenas em parte da criação, gerando “renovação, incremento, modificação, aperfeiçoamento, em que apenas um detalhe é novo” (Rossetti, 2013, p. 65).

Mas, afinal, a Comunicação só gera produtos que passarão pela adaptação e não pela criação? Se pensarmos na Lei de Propriedade Industrial, ideias e conceitos não são registráveis e podem ser livremente exploradas. Por esse motivo, a modelagem de produtos com base em P&D é fundamental para que haja registro de propriedade de uma inovação. Rossetti (2013, p. 65) considera que quando a inovação está no objeto (ou seja, na criação palpável), o novo pode se referir à totalidade do objeto ou apenas a uma parte do objeto. Já quando a inovação é total (100% do processo e do produto final), gera-se o ineditismo. Ainda para a autora, no campo da Comunicação, o objeto novo ou inovado pode ser um produto comunicacional, uma teoria da comunicação ou uma linguagem.

No caso aqui analisado, a escalagem de um MVP é uma inovação parcial, já que as bases para a escala surgiram de um produto criado anteriormente. Zelenika e Pearce (2012) observam que produtos tecnológicos que utilizam a internet como base de desenvolvimento, da mesma forma que o discutido no texto, conseguem gerar itens sustentáveis do ponto de vista de desenvolvimento, chegando à inovação (já que menos recursos são consumidos na construção).

### **3. INTRODUÇÃO AO PMV E DESAFIOS DE CRIAÇÃO**

Segundo Ries (2012), um Produto Mínimo Viável (PMV) é aquele desenvolvido com o menor recurso financeiro possível e que pode ser lançado ao mercado. Esse modelo é o que baliza a criação de startups. Startups não são meramente empresas que existem somente para gerar produtos e lucro, mas sim para o aprendizado de um negócio sustentável, feitos através de experimentos frequentes desenvolvidos em uma

visão de negócios. Ao pensar em um PMV desenvolvido nas Ciências da Comunicação, é possível citar a abordagem de desenvolvimento ágil, onde os desenvolvedores fazem protótipos de testes para validar aquele produto um grupo de controle, bem como suas funcionalidades, garantindo que estejam atendendo as necessidades do mercado e do usuário.

Porém, Ries (2012, p. 44) pontua que, dentro do desenvolvimento ágil, é necessário avaliar quais dos nossos esforços criam valor e quais desperdiçam valor, já que essa pergunta está no cerne da revolução da manufatura enxuta. Por isso, segundo o autor, o desenvolvedor de PMV precisa, primeiro, aprender a enxergar o desperdício e, depois, eliminá-lo de modo sistemático. Como o produto analisado por este artigo foi financiado por bolsa e baseado em uma demanda social, houve foco na produção, reduzindo drasticamente prejuízos advindos de erros de projeto.

Entretanto, Ries (2012, p. 35) pontua que um grande desafio na modelagem de produtos de PMV é a fascinação e a crença de que aquele produto é útil ao público e que as falhas podem ficar em segundo plano. Por isso, um PMV em Comunicação precisa ter estudo prévio e validação junto a um grupo de controle antes de ir ao mercado, possibilitando análises do projeto e alterações importantes para evitar a cegueira pela fascinação.

#### **4. METODOLOGIA**

A metodologia aplicada a este trabalho é a pesquisa aplicada. Como pontua Santos (2021, p. 1), a pesquisa aplicada é aquela orientada à solução de problemas reais. Esses problemas não são necessariamente dos pesquisadores, mas, de alguma forma, incomodam alguém. O Decreto 5.798/2006 define o que é pesquisa aplicada no Brasil (trabalhos executados com o objetivo de adquirir novos conhecimentos, com vistas ao desenvolvimento ou aprimoramento de produtos, processos e sistemas).

#### **5. COMUNICAÇÃO EM SAÚDE MULTIPLATAFORMA**

Para os usuários do Sistema Único de Saúde (SUS) que vivem em cidades com alto número de serviços, a tradução do que é atendimento de alta, média ou baixa complexidade se torna um desafio. Em Barbacena (MG), que é a sede macrorregional

de saúde e possui atendimento local para as três complexidades, o desafio é ainda maior, pois, conforme nosso levantamento, público e trabalhadores da saúde têm dificuldade em entender o fluxo de atendimento. Em caso de necessidade na baixa complexidade (como uma dor de barriga, por exemplo), as pessoas buscam hospitais e não UBSs ou outras unidades que conseguiriam resolver o caso com mais celeridade.

De 2022 a 2024, o Grupo de Pesquisas Aplicadas em Tecnologia e Comunicação, da UNIPAC Barbacena, desenvolveu o aplicativo Belisário, que resolve um problema social na cidade de Barbacena (MG): a falta de conhecimento da rota SUS de atendimento na saúde. Através do aplicativo, é possível descobrir qual é o local mais rápido para atendimento da queixa de saúde ou sintoma do usuário. A patente é registrada no INPI e seu uso é exclusivo por 50 anos.

A plataforma das relações humanas e da economia faz com que a centralidade da vida fique restrita ao telefone celular. Uma das avaliações do Grupo é que a maior limitação de uso do PMV criado é que seu uso só pode ser feito por meio de smartphones Android. Com isso, pessoas que não têm acesso a um celular Android não poderiam utilizar o produto. Ao tratar de Comunicação em Saúde, esse tipo de abordagem é excludente com uma massa considerável de usuários que não têm acesso. Pensando nisso, a estratégia multiplataforma foi transpor o app Android para uma plataforma 100% Web, focada no navegador, que está disponível para acesso em <http://www.belisario.net.br>

A vantagem de uma versão web é que, além de promover o acesso em qualquer dispositivo que não seja Android, qualquer pessoa pode acessar o Belisário de qualquer dispositivo com um navegador de internet, seja um computador, tablet ou smartphone. Isso aumenta muito o número de pessoas que podem usar o aplicativo. Além disso, na web não é necessário baixar e instalar o aplicativo. Basta abrir o navegador de internet e acessar o site, o que facilita o acesso para muitas pessoas.

Outra vantagem é a atualização do produto. Na web, quando o site sofre alguma atualização, as mudanças são feitas diretamente no servidor. Isso significa que todos os usuários verão a versão mais recente automaticamente, sem precisar baixar atualizações. Isso leva à Consistência de Versão, já que na versão web todos os usuários usam a mesma versão do aplicativo, o que evita problemas que podem ocorrer quando diferentes usuários estão em diferentes versões.

## 6. CONCLUSÃO E LIMITAÇÕES

A possibilidade de gerar Comunicação em Saúde multiplataforma, por meio do Belisário, representa a resolução de uma demanda social, ainda que seja necessário entender que apenas pessoas com acesso a internet poderão utilizar.

É importante ressaltar que iniciativas como essa não apenas oferecem benefícios individuais aos usuários, mas também geram um valor significativo para toda a sociedade. Um projeto que proporciona acesso facilitado à saúde não apenas melhora a qualidade de vida das pessoas, mas também contribui para o desenvolvimento de iniciativas semelhantes no campo. Portanto, o Belisário não é apenas mero PMV criado em laboratório, é um exemplo tangível de como a inovação tecnológica pode ser empregada para resolver desafios reais e gerar impacto positivo na vida das pessoas.

## REFERÊNCIAS

FERNANDES, R. (2021). **Sua startup é realmente escalável?**. Disponível em: <https://www.startse.com/artigos/sua-startup-e-realmente-escalavel/>. Acesso em: 12 abr. 2024.

GIACOMINI FILHO, G. Organizações comunicacionais e o binômio imitação-inovação. *In: Organicom*, v. 7, n. 13, 2010

GOBBI, M.; BETTI, J. **Comunicação no Cone Sul: Ações e perspectivas**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0050-3.pdf>. Acesso em: 3 abr. 2023.

MÜLLER-PROTHMANN, T. **Leveraging Knowledge Communication for Innovation: Framework, Methods and Applications of Social Network Analysis in Research and Development**. Berlim (Alemanha): Freie Universität Berlin, 2006.

RIES, E. **A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas**. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

ROSSETTI, R. Categorias de inovação para estudos de Comunicação. *In: Revista Comunicação & Inovação*, v. 14, n. 27, 2013.

SANTOS, M. C. (2021). **Por que precisamos de problemas?**. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.29327/539846.1-7>. Acesso em: 08 abr. 2024.

TALEB, N. **A lógica do cisne negro: o impacto do altamente improvável**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2015.

ZALTMAN, G. **Innovations and Organizations**. Nova York (EUA): Wiley, 1973.

ZELENKA, I.; PEARCE, J. The Internet and other ICTs as tools and catalysts for sustainable development: innovation for 21st century. *In: Information Development*, v. 29, n. 3, 2012.