



SUS Redesign da Marca

SISTEMA PÚBLICO DE SAÚDE BRASILEIRO

AVISO IMPORTANTE

Este documento foi traduzido automaticamente pelo “Google Translator”, pois meu idioma original é espanhol.

Peço desculpas antecipadamente por eventuais erros de ortografia e gramática que possam existir.

Muito obrigado por ver meu projeto! :)

Introdução

Neste documento, mostrarei algumas das etapas do processo criativo que segui para o desenvolvimento do redesenho da marca para o SUS.

É o resultado de uma combinação de toda a minha pesquisa, análise, reflexão e criação de uma identidade com base nas informações obtidas, criando um universo único para a marca.

Espero que você goste tanto quanto eu gostei de criar.

Contenido

- | | | | |
|------------|-------------|------------|-------------------|
| 01. | O desafio | 06. | Tipografia |
| 02. | Missão | 07. | Símbolo |
| 03. | Territórios | 08. | A Marca |
| 04. | Arquétipo | 09. | Recursos Gráficos |
| 05. | Cores | 10. | Resultado |

01.

O desafio

O que queremos alcançar?

A gestão do sistema e a administração são apontadas por especialistas e autoridades como os maiores problemas do SUS, fatos que ajudaram na construção de uma imagem negativa do projeto ao longo dos anos e gerou um desconforto para quem precisa fazer uso do sistema.

O desafio deste projeto é criar uma identidade gráfica que transmita confiança, positividade e pertencimento a seus usuários, conquistando um sentimento de orgulho ao usar o serviço.

Deixar de ser visto como um sistema que gera más experiências no serviço, falta de informação e preconceitos negativos.

02.

Missão

O que fazemos e para quem fazemos?

O SUS atende desde atendimentos primários até procedimentos complexos e oferece atendimento de emergência para pessoas que sofrem acidentes via Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (SAMU).

O sistema de saúde brasileiro também fornece vacinas e remédios gratuitamente para pessoas com diversas doenças (como diabetes, pressão alta, asma, HIV e Alzheimer), financia pesquisas na área de epidemiologia e fiscaliza a qualidade dos alimentos oferecidos em estabelecimentos comerciais por meio da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa).

O SUS é destinado a todos os cidadãos e é financiado com recursos arrecadados através de impostos e contribuições sociais pagos pela população e compõem os recursos do governo federal, estadual e municipal.

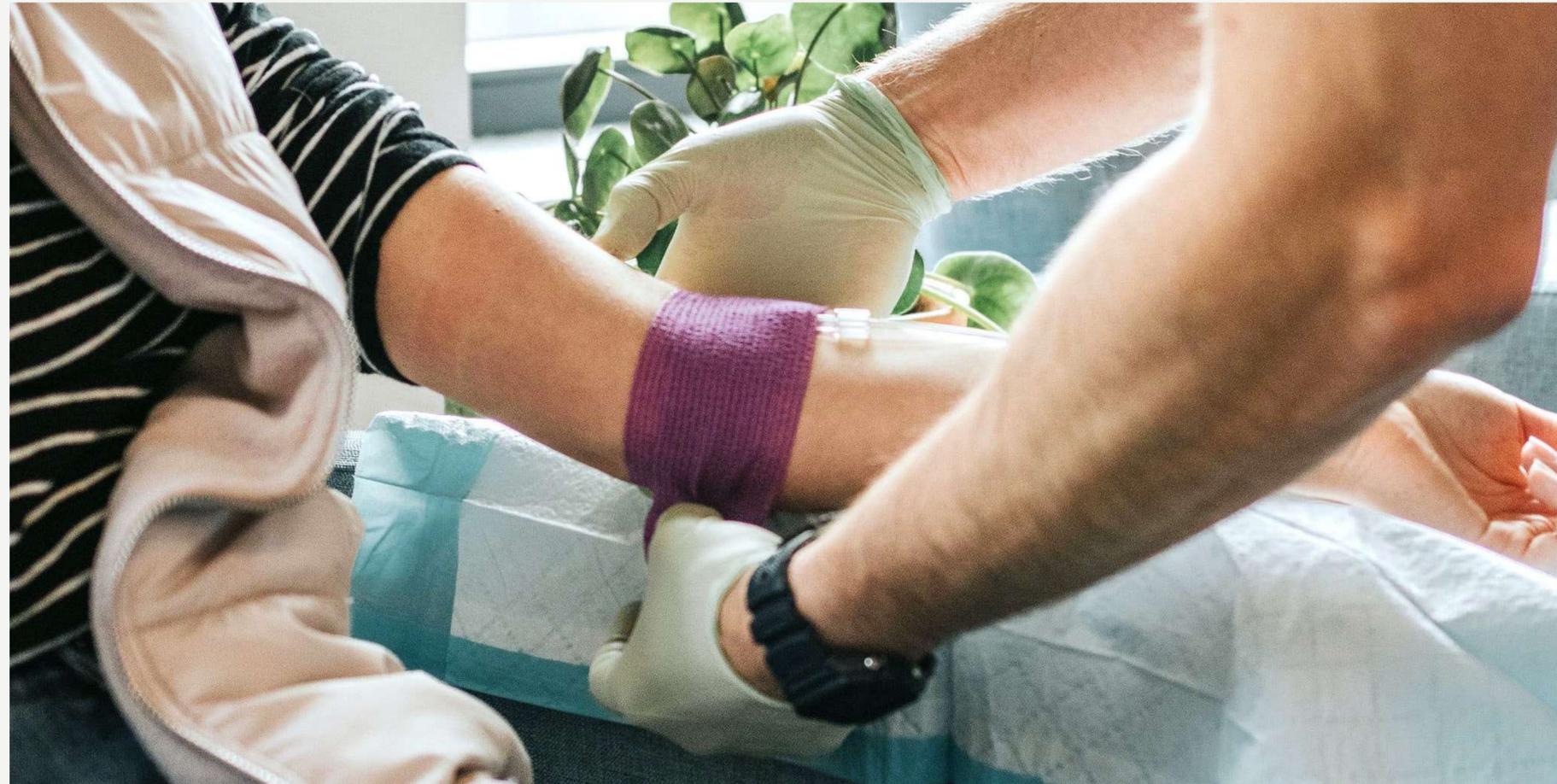
Segundo o portal do médico Drauzio Varella, a grande maioria dos brasileiros, mesmo os que têm planos de saúde, irá fazer uso do SUS (Sistema Único de Saúde) pelo menos uma vez na vida, seja pelo Programa Nacional de Imunização ou para obter acesso ao tratamento de AIDS, em centrais de transplantes ou hemocentros.

03.

Territórios

Saúde

Precisamos transmitir uma sensação de proximidade, cuidado e confiança. O sistema de saúde está focado em toda a população e, por esse motivo, esses valores devem ser gerados, buscando o equilíbrio entre uma marca que não é muito jovem nem muito séria.



Brasil

Não estamos falando de nenhum sistema de saúde global, mas do sistema de saúde pública brasileiro. É por isso que a marca deve refletir que é voltada para eles, para a população brasileira.



04.

Arquétipo

“O CUIDADOR”

Usando um arquétipo, definimos o perfil que dará vida à marca. É a maneira pela qual a marca respira e se expressa visual e comunicativamente.

A figura do cuidador é de personalidade sincera, familiar, honesta e feliz. Essas qualidades se encaixam muito bem com aqueles que querem representar uma identidade encarregada de cuidar de seu povo.

05.

Cores

Valor da Cor

Historicamente, a cor azul tem sido associada ao setor médico. O azul transmite uma série de valores e sensações na pessoa que o observa como paz e tranquilidade, sensações muito positivas para transmitir aos pacientes.

Por outro lado, adicionamos a cor amarelo e verde para concluir a construção de uma identidade que reflete o país em que a identidade do SUS se move.

Com essas cores, completamos os territórios mencionados anteriormente "Saúde e Brasil"

Primário

Azul Escuro

R6 G112 B141
HEX #06708D

Contraste

Azul Claro

R81 G188 B208
HEX #51BCD0

Amarelo

R244 G186 B40
HEX #F4BA28

Verde

R122 G188 B66
HEX #7ABC42

Branco

R255 G255 B255
HEX #FFFFFF

06.

Tipografía

Tipografia

Montserrat

Julieta Ulanovsky foi a criadora desta obra-prima em 2011. Inspirada nos antigos pôsteres, etiquetas e letreiros dos bairros históricos de Buenos Aires, com o objetivo de **“resgatar a beleza da tipografia urbana da primeira metade do século XX”**.

É um tipo de letra inspirado nas ruas, um tipo amigável para todos que transmite proximidade e confiança.

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@£\$%^&*

Tipografia

Montserrat

O resultado do projeto é um sans serif moderno e geométrico, com diversas variantes em suas alturas, pesos e possíveis aplicações com bons resultados, como design web, editorial ou identidade corporativa.

Essa grande variedade de pesos nos permite ter um tipo de letra independente que funcione em todos os aplicativos, seja em textos longos, títulos ou na web.

Negrita

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@£\$%^&*

Mediana

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@£\$%^&*

Fina

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@£\$%^&*

07.

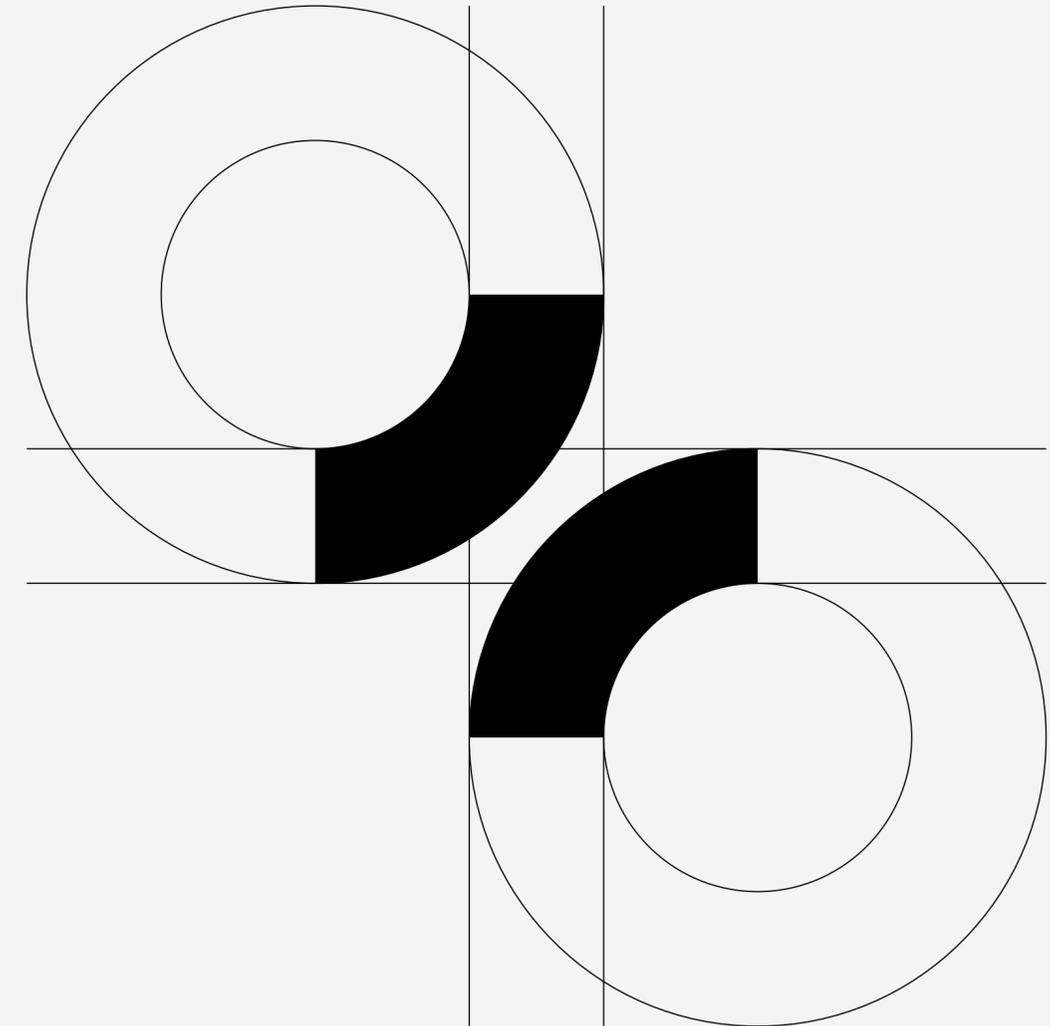
Símbolo

Construção

O símbolo é representado pela cruz, um sinal reconhecido por todos e intimamente relacionado à saúde médica.

Por outro lado, o círculo representa unidade e perfeição. É a representação do céu em relação à terra e está relacionada à proteção.

O resultado é um ícone que unifica esses dois conceitos de maneira simples e limpa.



08.

A Marca

Logotipo

Resultado da marca combinando as formas básicas do símbolo com a tipografia de Montserrat.



Variações

Para dar mais dinamismo ao projeto, existem várias versões para se adaptar a diferentes formatos nos quais ele pode ser aplicado.



Sobre Cor

As cores da marca permitem um grande contraste entre elas.



09. Recursos Gráficos

Pattern

Como o símbolo, o padrão que apoiará a marca foi construído a partir de formas simples (linhas e círculos).

Desintegrando e girando essas duas formas, obtemos uma grande variedade de figuras que se integram de maneira extraordinária à marca, trazendo movimento e alegria.

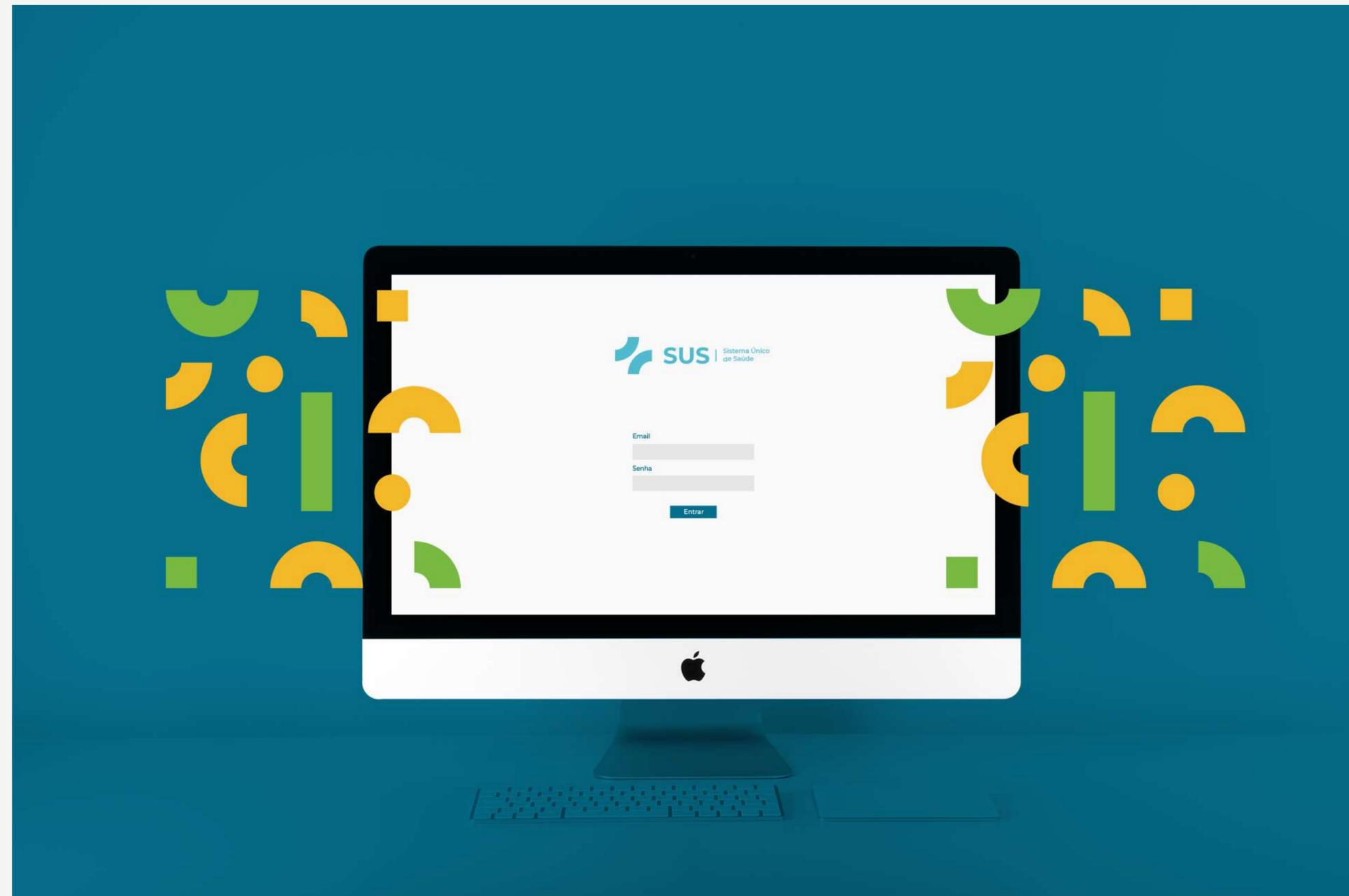


10.

Resultado

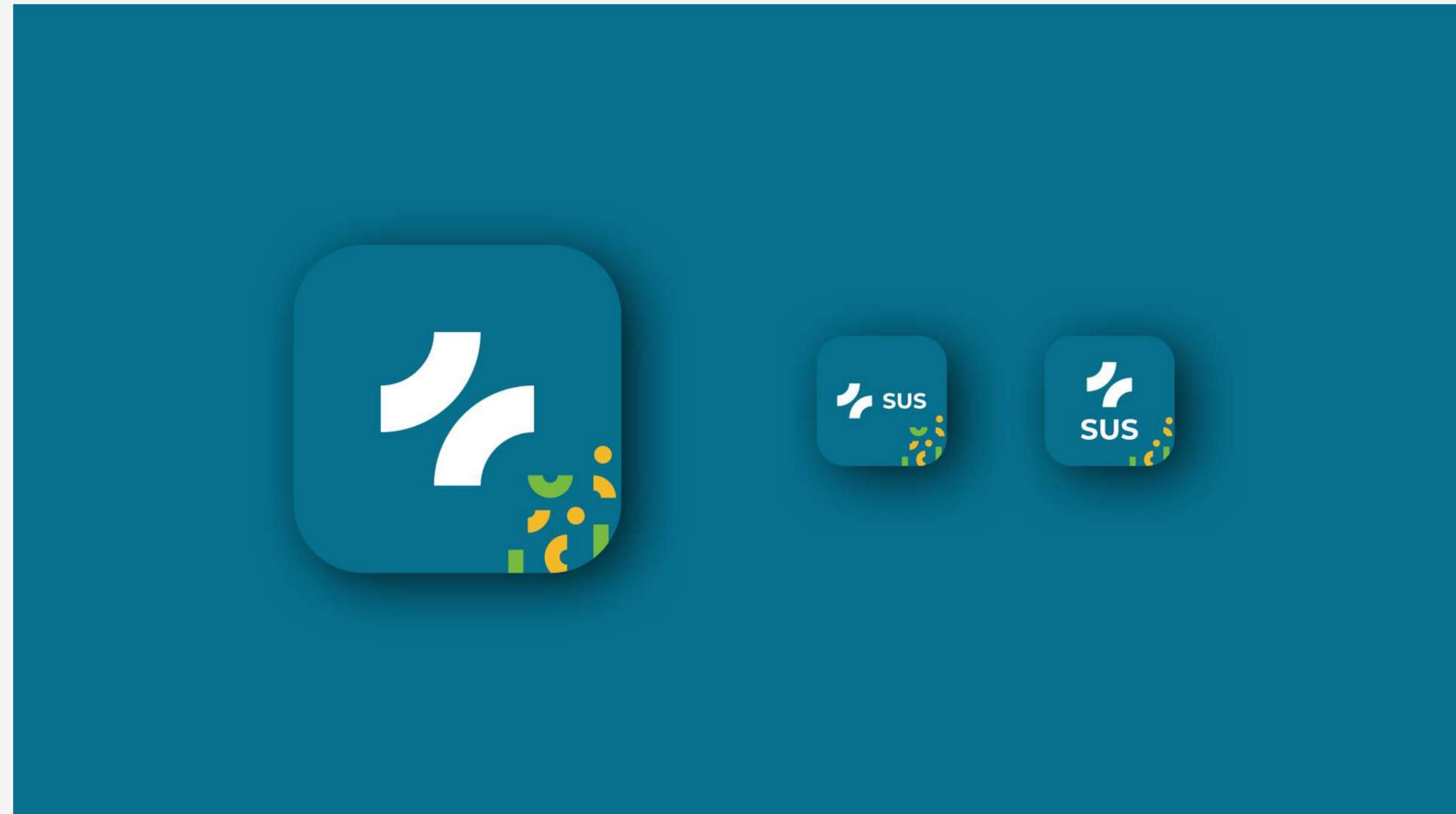
Login Page

Exemplos de aplicação



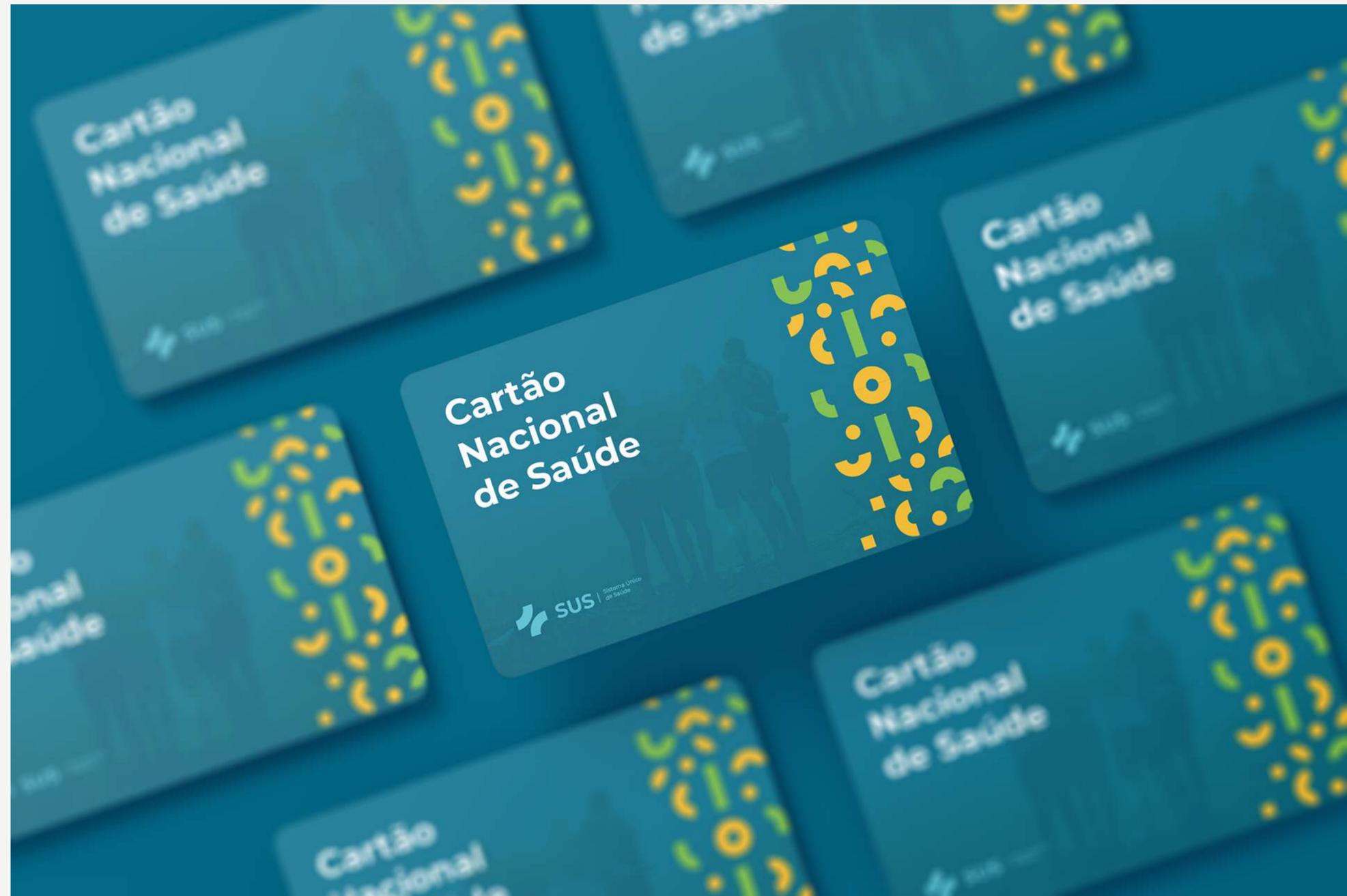
App Icons

Exemplos de aplicação



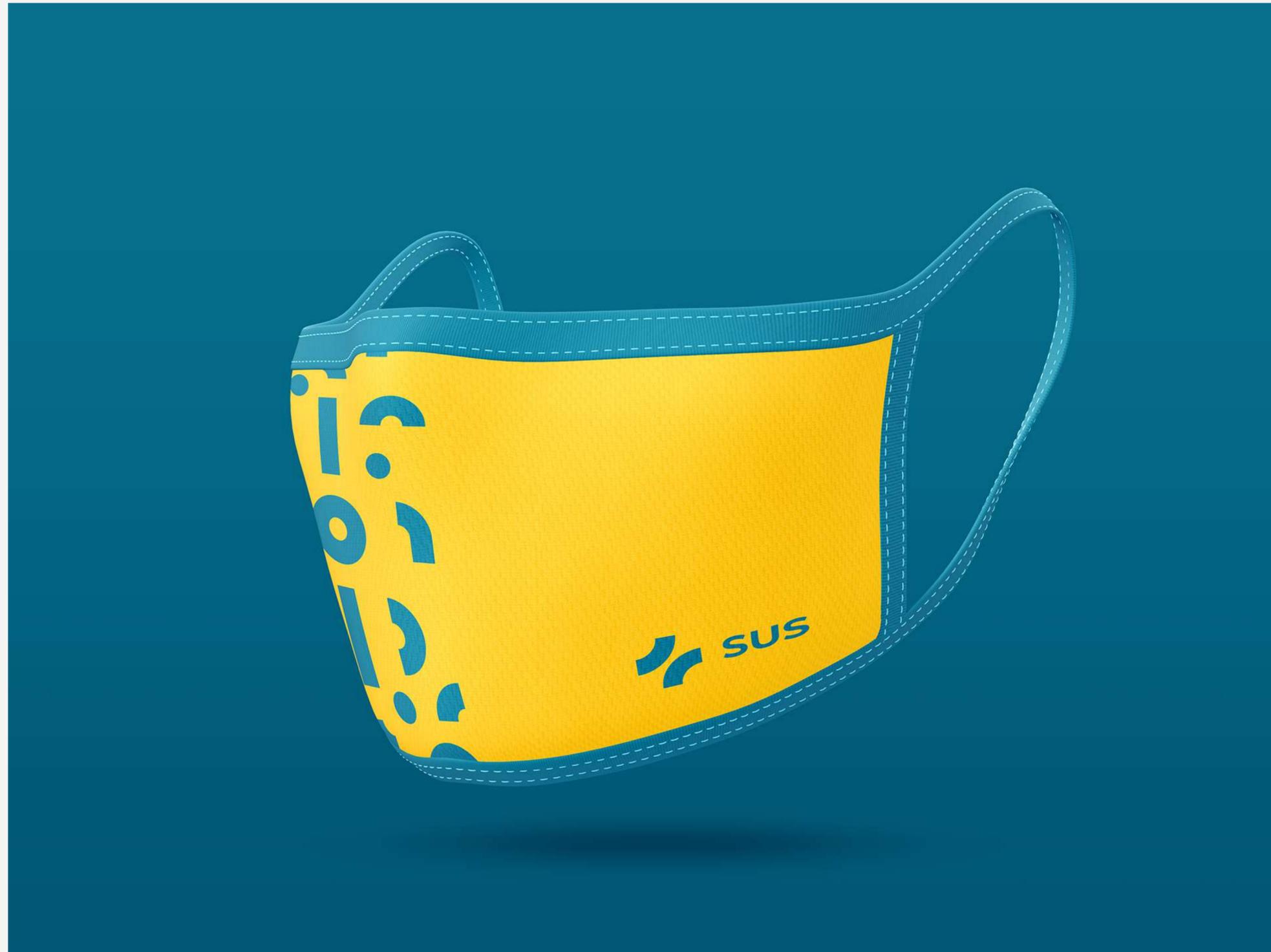
Cartão de Saúde

Exemplos de aplicação



Face Mask

Exemplos de aplicação



Veículo

Exemplos de aplicação



Mupi

Exemplos de aplicação



Vinil

Exemplos de aplicação



Redes Sociais

Exemplos de aplicação



Broche

Exemplos de aplicação



Sinalização

Exemplos de aplicação



Tote Bag

Exemplos de aplicação



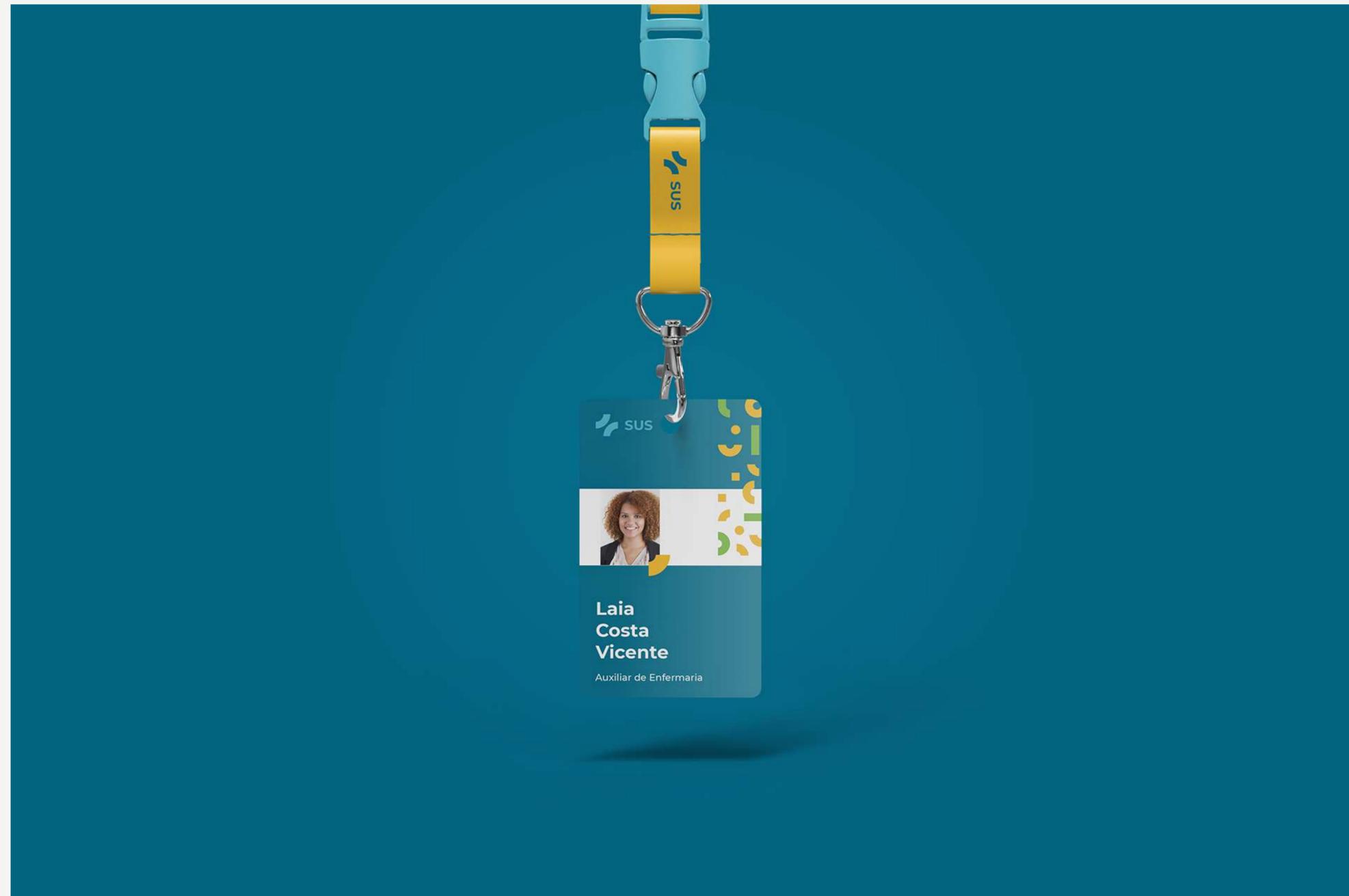
Recetuário

Exemplos de aplicação



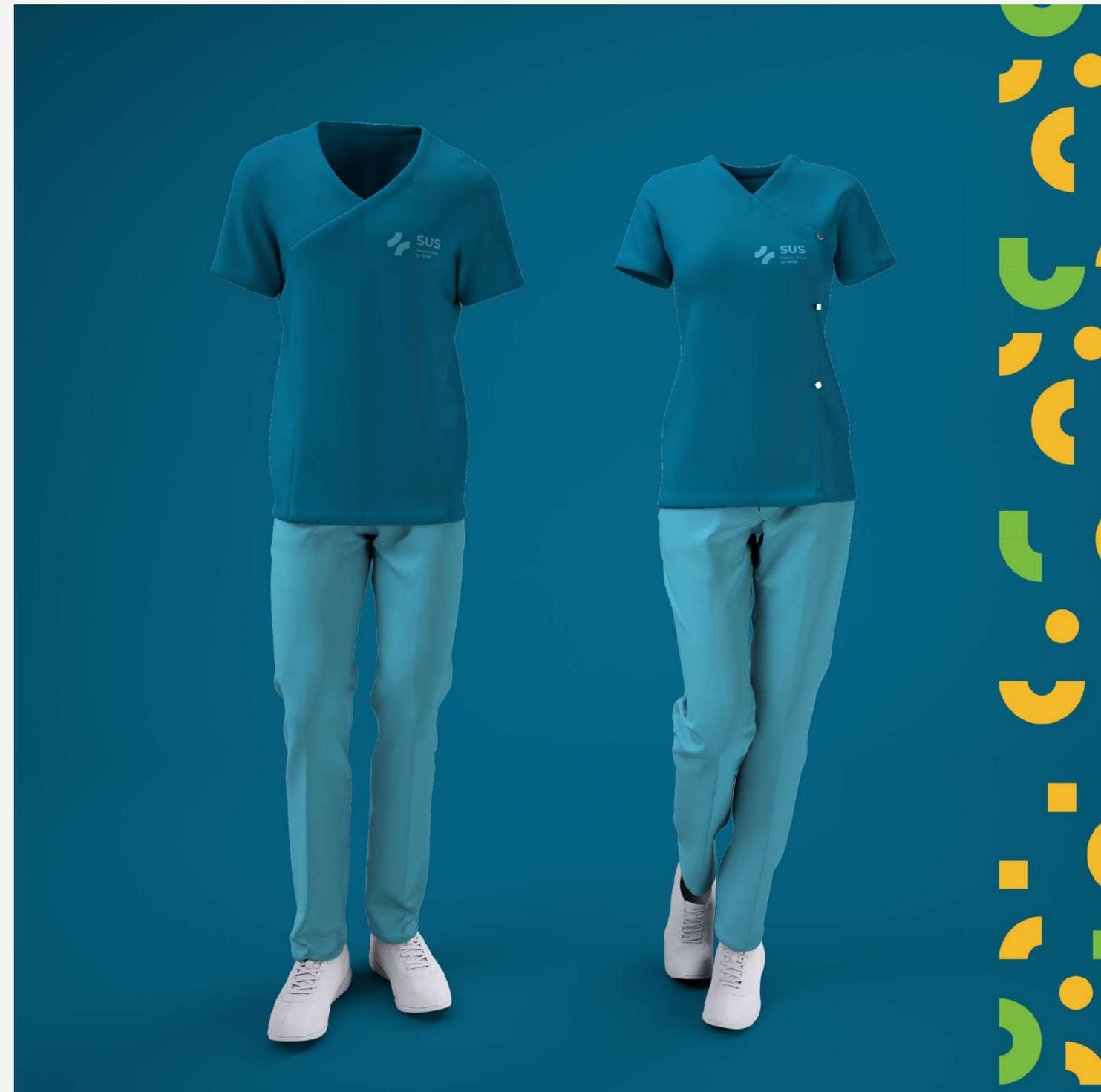
Identificador

Exemplos de aplicação



Uniforme

Exemplos de aplicação



©2020 BRIAN LENNY

Obrigado

ESPERO QUE TENHAM GOSTADO TANTO QUANTO EU DESENVOLVENDO O PROJETO.
SE VOCÊ PRECISAR DE ALGUMA DÚVIDA, NÃO HESITE EM ENTRAR EM CONTATO
COMIGO.



Creado por - [@brianlenny.design](https://www.instagram.com/brianlenny.design)
Web: www.brianlenny.com