



**caickcarvalho**  
design

projeto

SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual

solicitado por

Desafio da Semana da Identidade Visual  
(Marcelo Kimura)



SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual

desafio

Recriar o Sistema de Identidade Visual do SUS (Sistema Único de Saúde) um dos maiores e mais complexos sistemas de saúde pública do mundo, essencial, vital e importantíssimo para pessoas e populações brasileiras mais pobres.

Segundo o briefing proposto, este projeto deve “resgatar a motivação das pessoas e sua paixão por criar algo que impacte de alguma forma na vida das pessoas.”

Outra exigência do briefing era “trazer a percepção de sua importância (do SUS) para as pessoas, despertar em cada um uma motivação mais humana, que auxilie as pessoas através de uma conscientização e da importância de se reprojeta sistemas para que estes atendam as pessoas da melhor forma, de forma inclusiva, justa, com infraestrutura e salvando vidas.”



SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual

atributos da marca

Os atributos são características que conferem personalidade para uma marca e esse conjunto de características é o que a marca pretende transmitir para seu público com a finalidade de gerar aproximação por identificação.

A personalidade deste projeto do SUS foi desenhada através do sistema de arquétipos. Segundo Carl Gustav Jung os arquétipos são um conjunto de "imagens primordiais" que se originam através da repetição de uma mesma experiência através das gerações. Estes vão se formando e se "alojando" no inconsciente coletivo.

Os arquétipos escolhidos para dar personalidade a este redesign do SUS foram o **Cara Comum** e o **Prestativo**, sendo o resultado final a mistura entre esses dois perfis.

## **Arquétipos: O Cara Comum**

O cara comum é o mais democrático dos arquétipos e está presente em diversos segmentos da sociedade. Frequentemente associado aos sentimentos amenos e tranquilos, estas pessoas não expõem suas convicções e assim preservam sua identidade na multidão. Elas não querem se destacar, e sim se enquadrar num esquema comunitário em que se sintam parte integrante de maneira efetiva.

Este arquétipo foi atribuído ao projeto com intenção de fazer com que o Sistema de Identidade Visual do SUS, através de uma linguagem visual “comum” e democrática, converse e desperte a atenção de diversos tipos de brasileiros(as), independente de origem e perfil social, econômico e cultural.

A nova marca do Sistema Único de Saúde deve gerar pertencimento e contribuir para que qualquer brasileiro, de qualquer ponto de vista, enxergue o SUS da mesma forma, a ponto de valorizá-lo pela sua vital importância para o país e para sua população.

## **Arquétipos: O Prestativo**

O Prestativo é um altruísta, movido pela compaixão, pela generosidade e pelo desejo de ajudar os outros. Ele teme a instabilidade e a dificuldade, não tanto por si mesmo, mas pelo impacto sobre as pessoas menos afortunadas ou menos resistentes aos choques. O arquétipo do Prestativo é percebido em praticamente quaisquer atividades relacionadas à prestação de serviços, cuidados com a saúde e o bem estar ou alimentação.

Com isso, o prestativo se mostra o arquétipo perfeito para a entidade que se presta a centralizar todo o sistema de cuidados relativos à saúde de toda uma população brasileira.

As características conceituais e formais deste arquétipo permitirão à marca transmitir acolhimento e confiança através de uma abordagem amigável e leve.

SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual

público

Por se tratar do SUS (Sistema Único de Saúde), o público alvo deste projeto visa atingir toda a população brasileira em sua maior diversidade possível, uma vez que o projeto tem o objetivo de trazer uma valorização para a entidade.

Ao mesmo tempo, a população brasileira de classe social inferiores deve se sentir especialmente acolhida por este projeto, visto que são os que mais fazem uso do Sistema de Saúde.



estratégias

Pensar uma nova Identidade Visual para o SUS requer olhar para o atual o Sistema de Saúde e usar o design para melhorar pontos sensíveis que tornem principalmente a comunicação visual e o atendimento do SUS mais eficientes.

Para melhorar estes ponto a marca deve:

- Ter uma abordagem visual mais amigável e menos sóbria;
- Ter um desdobramento consistente em seus materiais, mesmo tendo em vista a grande diversidade de pontos de contato e submarcas;
- Excelente reprodutibilidade e legibilidade, facilitando e barateando a reprodução em diversos meios físicos (impressos, tecidos, construtos, etc) e digitais (reprodução em diferentes tipos de tela).

## estratégias

Pensar uma nova Identidade Visual para o SUS requer olhar para o atual o Sistema de Saúde e usar o design para melhorar pontos sensíveis que tornem principalmente a comunicação visual e o atendimento do SUS mais eficientes. Para melhorar estes ponto a marca deve:

- Ter uma abordagem visual mais amigável e menos sóbria;
- Ter um desdobramento consistente em seus materiais, mesmo tendo em vista a grande diversidade de pontos de contato e submarcas;
- Excelente reprodutibilidade e legibilidade, facilitando e barateando a reprodução em diversos meios físicos (impressos, tecidos, construtos, etc) e digitais (reprodução em diferentes tipos de tela);
- Boa redução para reprodução eficiente na internet e em redes sociais, com o intuito de ajudar a otimizar a comunicação oficial em redes sociais.

## SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual

### referências

A marca atual do SUS possui características e elementos que se mostraram importante no processo de criação do novo sistema de identidade visual.

Devido a pandemia da COVID-19, a marca do SUS teve uma exposição maior que há muito tempo já não se havia. A imagem do símbolo e do logotipo bordados no colete do então ministro da saúde Luiz Henrique Mandetta ficou marcada em diversos meios de comunicação durante o primeiro semestre do ano de 2020. Essa grande exposição e inserção no imaginário brasileiro fez com que certos elementos do projeto original fossem reaproveitados neste redesign.

Por isso a cruz, elemento largamente utilizado e reconhecido em entidades de saúde ao redor do mundo, e a cor azul da marca vigente foram também utilizados neste projeto com intuito de fazer uma transição mais ponderada entre uma marca e outra, evitando rejeição por parte de grande parte do público.





## referências

**Palíndromo** é uma palavra ou frase que tem a mesma sequência de letras em qualquer ordem de leitura, seja da esquerda para a direita, seja da direita para a esquerda. Como as palavras “ovo” e “sopapos”, por exemplo.

O palíndromo mais antigo do mundo é a frase em latim “Sator arepo tenet opera rotas”, que você confere na ilustração ao lado. Ele pode, inclusive, ser lido em todas as direções, até de baixo para cima. Significa “O lavrador diligente conhece a rota do arado” e foi criado entre os séculos 2 e 5, segundo estimativas dos pesquisadores. (Fonte: Site da revista Super Interessante).

Como a sigla SUS é um palíndromo, esse recuso se mostrou um interessante atributo visual e comunicativo para a marca, auxiliando-a tornar seu desenho mais impactante, prenante e eficientemente comunicativo.





SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual

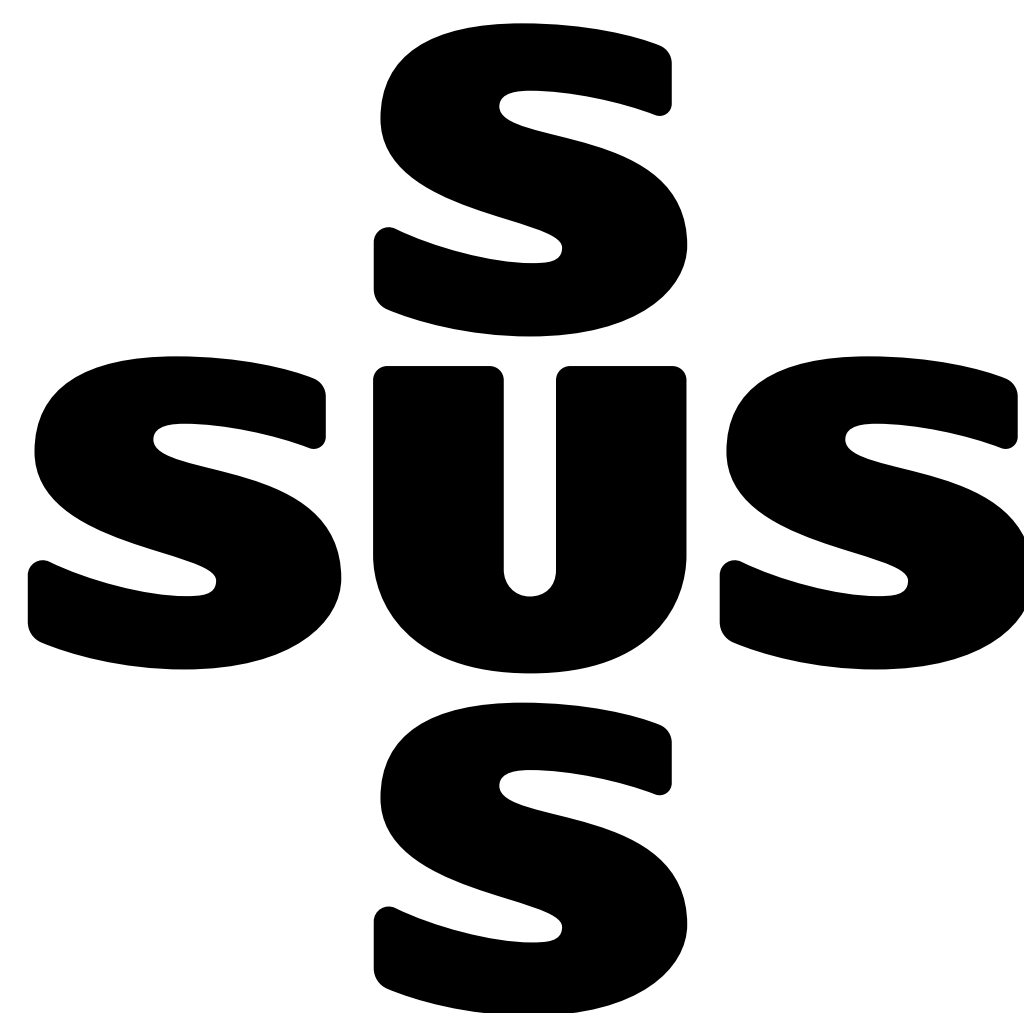
**logotipo final**

positivo (preto sobre branco)



## logotipo final

positivo (preto sobre branco)



- Letras S e U desenhadas especialmente para este logotipo;
- Desenho sem serifa que reforça o arquétipo do cara comum;
- Cantos arredondados e contraste que reforçam o arquétipo do prestativo;
- Leitura vertical e horizontal que forma a cruz e faz referência ao SUS visto da mesma forma independente do ponto de vista.

SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual

**logotipo final**

negativo (branco sobre preto)





SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual

**logotipo + assinatura por extenso**  
positivo (preto sobre branco)

**SUS**

**Sistema  
Único  
de Saúde**

SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual

**logotipo + assinatura por extenso**  
negativo (branco sobre preto)

**SUS**

**Sistema  
Único  
de Saúde**

SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual

**logotipo final**

positivo (azul escuro sobre branco)



SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual

**logotipo final**

negativo (branco sobre azul escuro)



SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual

**logotipo + assinatura por extenso**  
positivo (azul escuro sobre branco)

**SUS**

**Sistema  
Único  
de Saúde**

SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual

**logotipo + assinatura por extenso**  
negativo (branco sobre azul escuro)

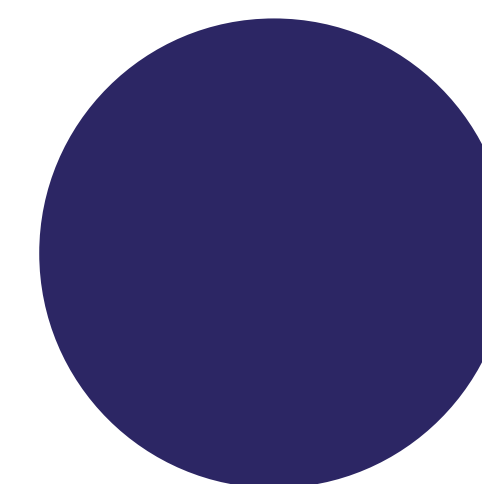
SUS

Sistema  
Único  
de Saúde



cores

Assim como certos elementos formais do projeto original, o redesign do SUS mantém o azul escuro (apenas ajustado para uma nova mistura) e adiciona ao projeto uma tonalidade mais clara e saturada, justamente para dar ao projeto um tom mais amigável e alegre, conforme estabelecido no briefing.

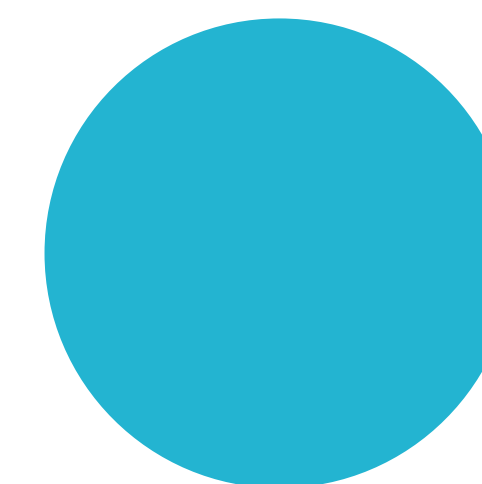


**Azul escuro**  
cor principal

**CMYK**  
100/100/25/15

**RGB**  
44/38/100

**HEX**  
2C2664



**Azul claro**  
cor secundária

**CMYK**  
70/0/15/0

**RGB**  
35/184/213

**HEX**  
23B8D5





## tipografia

A tipografia escolhida para dar voz a este projeto de redesign é a Rubik, que contém características semelhantes à tipografia utilizada no logotipo, como desenho sans serif e cantos arredondados.

**Rubik** Designed by Hubert and Fischer, Meir Sadan, Cyreal

---

abcdefgh **abcdefgh** **abcdefgh**

---

## **Lorem ipsum dolor sit amet**

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.*

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc odio mauris, facilisis ac auctor in, eleifend nec orci. Aliquam porta dolor vel enim pellentesque, non bibendum lacus viverra.

Curabitur aliquam diam sem, in dignissim eros molestie a. Ut eu massa purus. Aliquam at justo eget nulla sodales volutpat. Mauris pellentesque sollicitudin justo, eu laoreet erat scelerisque a. Nullam in diam non velit rhoncus dictum a eget quam. In et sagittis diam.



## SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual

### iconografia

A iconografia deste projeto foi desenhada com o intuito de otimizar a eficiência da comunicação deste sistema.

Ela foi desenhada tendo em vista as características formais da rubik, tipografia escolhida para este projeto, e reforça as características fundamentadas nos arquétipos deste projeto do SUS.





SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual

grafismos auxiliares

Os grafismos auxiliares ajudam a complementar a linguagem gráfica da marca sem utilizar o o logotipo necessariamente.

Neste projeto o padrão de cruzes ajuda a fornecer movimento e dinamismo para os layouts.





SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual





SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual



SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual





Santa Casa  
de Cabreúva



SUS Sistema Único de Saúde

Santa Casa





SUS: redesign do Sistema de Identidade Visual





**caickcarvalho**  
design

 [behance.net/caickcarvalho](https://www.behance.net/caickcarvalho)  
 [caickcarvalho@hotmail.com](mailto:caickcarvalho@hotmail.com)