

Desafio do Kimura . **SUS**

O Desafio

REDESIGN DA MARCA DO SUS

“Levando em conta o contexto de mundo que nos encontramos, escolhemos como foco do desafio reprojeter a assinatura gráfica do SUS (Sistema Único de Saúde) um dos maiores e mais complexos sistemas de saúde pública do mundo, essencial, vital e importantíssimo para pessoas pobres.”

Principais objetivos do redesign

- **Enaltecer** o Sistema Único de Saúde (SUS) e demonstrar a sua importância através da sua marca;
- Tornar a marca menos fria e rígida, a deixando **mais empática e acolhedora**;
- Trazer uma **mensagem de positividade** através da mesma;
- Fazer com que pessoas adquiram um sentimento de **pertencimento** e sintam **orgulho do SUS**.

O que é o SUS?

O **SUS - Sistema Único de Saúde** é um programa governamental quem tem como objetivo levar saúde e bem-estar para **toda a população do país**, servindo à Constituição Federal de 1988 (CF-88), que determina que a "Saúde é direito de todos e dever do Estado".

A rede que compões o SUS abrange desde cuidados mais básicos até serviços de alta complexidade e emergências. Graças ao SUS, milhões de pessoas tem acesso desde consultas, exames e cirurgias até vacinas **gratuitamente**. Porém, o programa tem suas falhas. Entre problemas envolvendo corrupção e a má gestão e distribuição de recursos, o sistema **perdeu a sua credibilidade** com a população.

É fundamental que o SUS reorganize sua estrutura e passe a funcionar adequadamente, mas também é imprescindível que os brasileiros **recuperem a sua esperança** no programa e tenham consciência do quanto o mesmo é **importante para o país**.

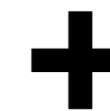
Só assim nos manteremos fortes para lutar por estas melhorias e, acima de tudo, não permitir que o sistema deixe de existir.

Como é o SUS hoje?

O SUS é um sistema único de saúde, mas que proporciona **experiências bastante divergentes**, muitas vezes positivas, mas muito mais vezes negativas.



NEGATIVAS



POSITIVAS





// "Quando cheguei lá [no hospital], a recepção estava lotada de gestantes aguardando uma vaga, quando senti minha bolsa romper, todos começaram a gritar que o bebê estava nascendo, [...] me colocaram no consultório e foram chamar o médico que veio bem rápido, quando chegou a Anna já estava nascendo, tirou ela e levou pra ser examinada, fui limpa e costurada no consultório mesmo, depois **fiquei no corredor na maca da 01 até as 5 hs da manhã.**"



// "Depois que fui para o quarto, **fui muito bem tratada**, o quarto era ótimo, grande, tinha TV, ar condicionado, a comida era muito boa e a todo momento tinha médicos e enfermeiras examinando eu e o bebê, depois que ganhei alta, fiz todo o acompanhamento da neném ate os 15 dias lá, fez exame do coraçãozinho, lindinha, orelhinha tudo lá."

Paciente do SUS 1



// "Tive infecção urinária na minha primeira gravidez, isso fez com que a minha bolsa estourasse com 21 semanas. Tinha plano, mas não tinha UTI Neonatal disponível, vaguei por diversos hospitais públicos de toda a cidade. Em um deles o médico simplesmente olhou pra mim e **disse que se fizesse meu parto minha filha ia morrer**, levantou e foi atender outra gestante. Até que no fim das esperanças, consegui uma vaga no Hospital das Clínicas."



// "Fui muito bem atendida. Minha filha ficou na UTI Neonatal por 1 mês, e depois disso eu morei no hospital com ela por mais um mês. Tive atendimento psicológico, ela teve atendimento odontológico. Quando levamos ela pra casa recebemos tanque de oxigênio, porque ela tinha dificuldades para respirar, tudo sem custo nenhum. **Se minha filha está viva hoje é graças ao SUS**"

Paciente do SUS 2



// “Tem muita coisa que poderia ser melhor. As vezes nós detectamos algum problema de saúde e mandamos o paciente pra um médico, e ele é até atendido, mas o problema é na hora de fazer os exames. As vezes você faz todo o trabalho ali, e quando chega lá no final que é fazer o exame, **o paciente encontra dificuldade.**”



// “Meu trabalho é preventivo. [...] Nós fazemos acompanhamento de pessoas com comorbidades, da questão nutricional das crianças, verificamos as vacinas... A gente vê também se a família tem dificuldade, se tem alguma vulnerabilidade, se as crianças estão na escola, se tem o comer, onde morar, onde dormir, onde tomar banho. O trabalho do agente da saúde abrange tudo, **porque o bem-estar social faz parte da saúde.**”

Agente de Saúde no SUS



// "Muitas responsabilidades que deveriam ser dos gestores acabam terceirizadas para os profissionais. No planejamento, nas diretivas, há bem pouca comunicação e padronização, deixando o usuário à mercê da "boa vontade" do **profissional, que muitas vezes é mal remunerado**, acaba por acumular funções e **tem pouca motivação** (que não a pessoal) para se dedicar à sua prática."



// "Acompanho inúmeros pacientes que tem ganhos gigantescos após a reabilitação. O trabalho que desenvolvemos com crianças autistas, em particular, é bastante gratificante. [...] **Os profissionais se esforçam muito para fazer um bom trabalho** e vemos resultados cotidianamente.

Psicóloga no SUS

Mas as conclusões são similares.

// **"Acho muito importante**, por que plano de saúde é caro, [...] então o sus é de extrema necessidade, porque a maioria da população não tem condições de pagar pra ter um atendimento médico."

Paciente do SUS 1

// "Acho de extrema importância e **garante um direito básico** a quem precisa, que é o de saúde. Ter um acesso gratuito e universal de saúde é essencial para uma nação melhorar a qualidade de vida dos seus cidadãos."

Paciente do SUS 2

// "[...] **Defendo completamente o SUS**, é com certeza o nosso maior bem após a democracia. Ele diminui ao menos um pouco do abismo social do nosso país e dá a todos a chance de sobreviver e recomeçar. [...] Enfim, há muito para ser melhorado. Mas o sus é também espaço de pesquisa, inovação, revolução da ciência e dos protocolos de saúde, referência em medidas de prevenção e promoção de saúde, no acompanhamento de doenças crônicas, no tratamento de câncer, dentre outros. Temos um sistema de saúde belíssimo que merece ser tratado como tal.

Psicóloga no SUS

// O SUS não precisa ser destruído, precisa ser reformado, ampliado, melhorado.

Como o SUS deve ser?

Saúde não é um produto, e não deve ser tratado como tal. A saúde é um direito de todo cidadão e o Estado não deveria tratar como uma opção. Saúde é essencial e prioridade para qualquer pessoa.

Sabemos que não depende só de uma marca mudar todo um sistema governamental. Mas se fosse o caso, por onde o SUS deveria começar?

Comece pelo porquê.

Simon Sinek e a sua teoria do **Círculo de Ouro** não poderia ser mais necessária que agora. Segundo a teoria, uma empresa só alcança o sucesso se priorizar saber o porquê da sua marca existir, chegando a formas diferentes de atrair seu público, fazendo com que mais pessoas se identifiquem com seus discursos e aceitando aquilo que lhes é oferecido.

Se para uma marca comum é fundamental saber o **porquê da sua existência**, para o SUS é simplesmente uma **questão de empatia**. O SUS não deve existir por uma obrigação de suprir um direito constitucional, ele deve existir para ajudar pessoas, para cuidar das pessoas, pelas pessoas.

A definição de um porque gera sentimento de pertencimento não só por parte do público que consome uma marca, mas também por parte dos seus colaboradores. Se o porque é real e é verdadeiramente seguido, ele incentiva, instiga e motiva todos que se relacionam com uma marca a se manter em movimento em prol do seu objetivo.

PORQUÊ?	Para reduzir as diferenças sociais e dar uma vida digna para todos os brasileiros,
COMO?	o SUS oferece apoio, proteção e bem-estar para a população,
O QUÊ?	fornecendo serviços de saúde de qualidade gratuitamente.



Acreditamos na vida. Mais que isso, acreditamos em uma vida justa, onde todos têm as mesmas oportunidades e condições de vivê-la dignamente. Sabemos que o acesso à saúde é uma necessidade básica e fundamental para que a população se sinta amparada e protegida e, assim, tenha uma vida melhor. Por isso, oferecemos serviços de saúde de forma unificada, igualitária, acessível e gratuita para todos os brasileiros. Nós somos o SUS — Sistema Único de Saúde.

Benefícios da Marca

Toda marca possui benefícios tanto **racionais quanto emocionais** e com o SUS não é diferente.

Definir estes benefícios ajuda a compreender melhor o que a marca pode oferecer para o seu usuário e qualificar como um diferencial. Ainda que muitas vezes o SUS seja a última saída para grande parte da população ter acesso à saúde, é importante que a marca mostre o que tem a oferecer para quem a utiliza e seu público reconheça seus benefícios.

A metodologia desenvolvida pela Sebastiany, uma agência de branding brasileira, ajuda a identificarmos alguns destes benefícios.

mapeamento de benefícios da marca

FUNCIONAIS	EXPERIENCIAIS	SOCIAIS	EXPRESSÃO	REALIZAÇÃO
<i>marcas que ajudam o público a resolver problemas</i>	<i>marcas que ajudam o público a vivenciar experiências</i>	<i>marcas que ajudam o público a ser aceito socialmente</i>	<i>marcas que ajudam o público a expressar sua individualidade</i>	<i>marcas que ajudam o público a se sentir bem consigo mesmo</i>
SEGURANÇA	HEDONISMO	RECONHECIMENTO	PERSONALIDADE	UNICIDADE
CONTROLE	CONVÍVIO	CULTURAIS / TRIBAIS	AUTENTICIDADE	INSPIRACIONAIS
DESEMPENHO	TRANSFORMACIONAIS	PERTENCIMENTO	CRENÇAS	TRANSCENDENTAIS
CONVENIÊNCIA	CRIADORAS			EMPODERAMENTO
OTIMIZAÇÃO	CAPACITADORAS			DISTANCIAMENTO
	SENSORIAIS			MAESTRIA

■ **funcionais**

- **SEGURANÇA** | ajudam a me sentir seguro e/ou que diminuem riscos

A população se sente mais segura e tranquila sabendo que têm acesso saúde digna e de qualidade gratuitamente. Através de diversos programas, a população é assistida e tem acesso a diversos serviços, como acompanhamento médico e campanhas de vacinação nacionais. Poucos países oferecem isso.

■ **experenciais**

- **TRANSFORMACIONAIS** | me ajudam a mudar a minha realidade

O SUS tem o poder de transformar e salvar vidas, levando esperança e oferecendo ajuda a quem precisa.

■ **realização**

- **INSPIRACIONAIS** | me ajudam a ser uma pessoa melhor

Esse benefício é muito importante e pode ser trabalhado diretamente com os colaboradores. Trabalhar para o SUS é ajudar a levar saúde para quem precisa, é me importar com o bem-estar do próximo, é cumprir minha missão com o meu país.

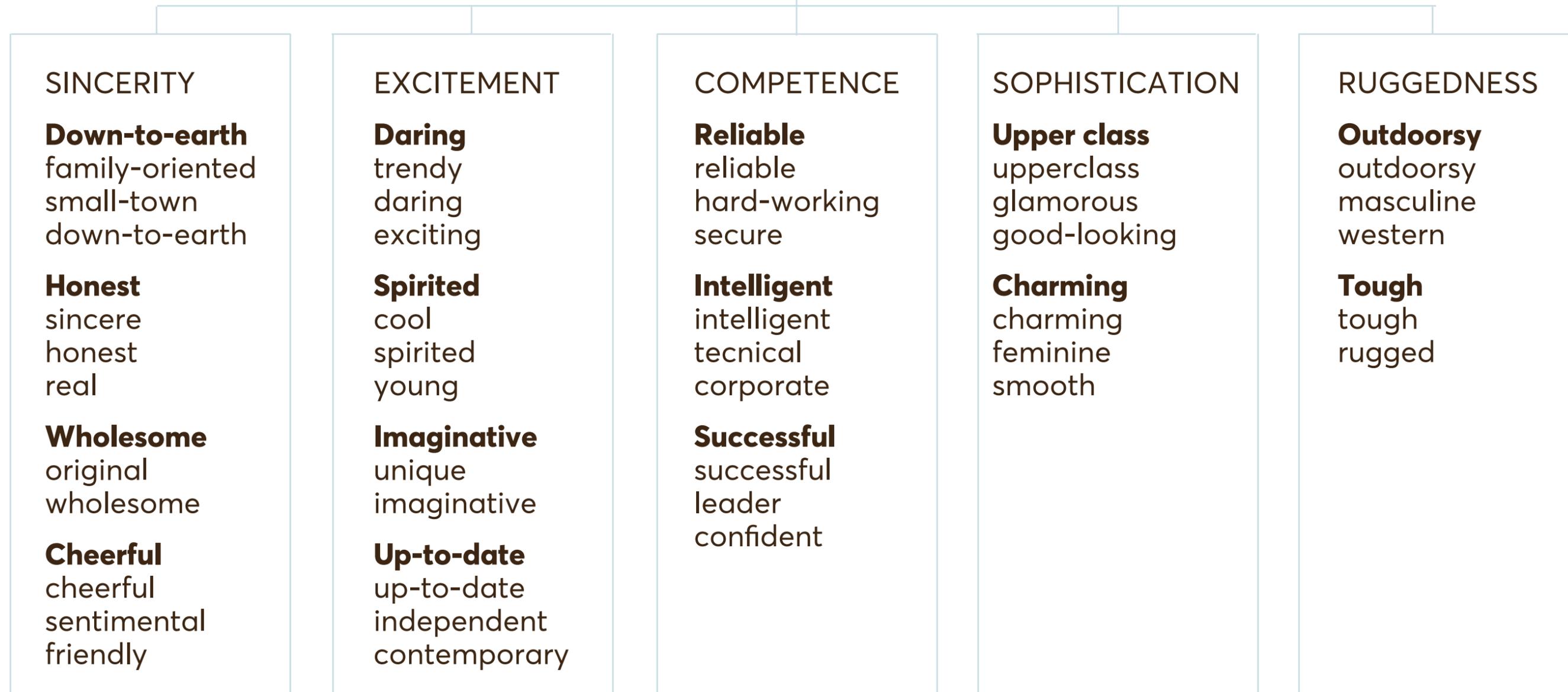
Personalidade de Marca

Marcas podem ser percebidas como possuindo um conjunto de traços ou características, **como uma pessoa**. Esse atributo intangível das marcas é uma importante fonte de diferenciação, levando em consideração a natureza multidimensional das marcas e o relacionamento das mesmas com o consumidor, **atingindo diretamente o emocional de quem se envolve com elas**.

Em 1997, Jennifer Aaker, escreveu um artigo onde definiu cinco personalidades que os consumidores são capazes de perceber em relação às marcas. É importante salientar que uma pessoa com características muito distintas entre si, é alguém confuso e, na verdade, sem personalidade. Assim, ao traçar a personalidade de uma marca é importante ser coerente e conciso.

Então... **Se o SUS fosse uma pessoa, como ele seria?**

personalidade da marca



Dimensions of Brand Personality . Jennifer Aaker

sincerity / sinceridade

■ *family-oriented / familiar*

1. relativo à ou próprio da família, do lar; familiar, doméstico.
2. considerado como membro da família; íntimo.

O SUS é um sistema que atende toda a família e participa da vida das pessoas desde o nascimento até a velhice. Ter a característica familiar como traço de personalidade torna significativa que a marca é receptiva, acolhedora e faz parte do dia a dia do consumidor. Essas são características fundamentais do SUS.

■ *friendly / amigável*

1. característico de amigo(s); amistoso,
2. que demonstra afabilidade, complacência; benévolo.

Ser amigável pode parecer repetitivo em um contexto que já é familiar, mas essa característica é muito importante e, principalmente, define muito sobre o tom de voz e identidade verbal da marca, assim como a visual.

competence / competência

■ **reliable / confiável**

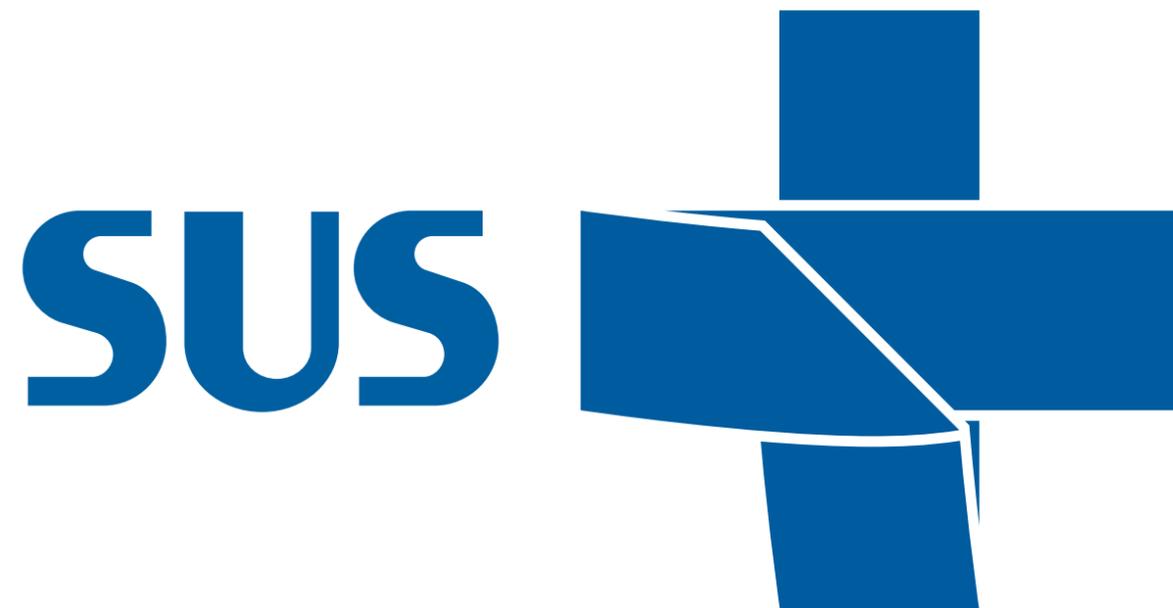
1. em que se pode confiar; digno de confiança; honesto, leal, sincero.
2. sobre cuja segurança, resistência, firmeza, precisão etc., pode-se estar tranquilo
3. sobre cuja segurança, resistência, firmeza, precisão etc., pode-se estar tranquilo

Sendo um sistema da saúde e tendo como um dos benefícios a segurança, ser confiável é uma característica fundamental para o SUS. As pessoas devem ter certeza, mas do que tudo, de que o sistema vai funcionar de forma correta e ética. Um erro, uma falha, pode custar a vida de um ente querido ou a do próprio paciente.

Como é o SUS?

- O SUS é **empático**.
- O SUS **acredita na vida**.
- O SUS transmite **segurança, transforma** vidas e **inspira** pessoas.
- O SUS é **familiar, amigo e confiável**.
- O SUS é motivo de **orgulho**.

A marca



A logo atual é composta pela sigla SUS (Sistema Único de Saúde), que forma o logotipo, e possui uma cruz como símbolo.

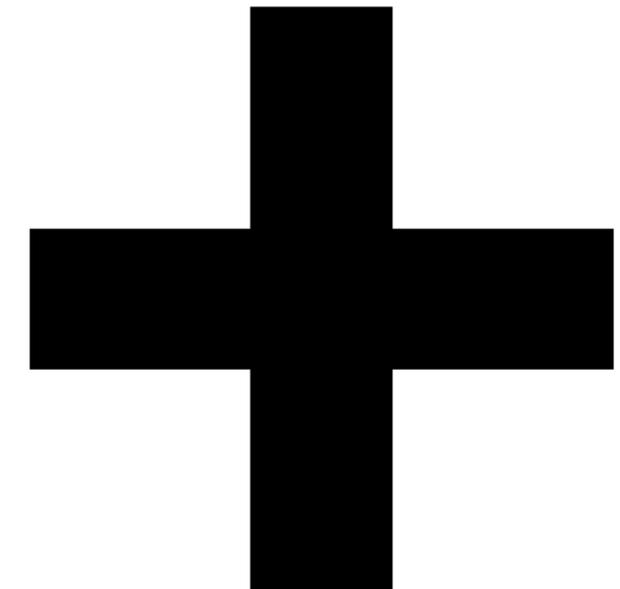
A marca é monocromática, tendo como cor principal o azul escuro, mais precisamente o Pantone 287.

A mesma já possui décadas de utilização e, conseqüentemente, reconhecimento por parte da população.

A cruz grega

"Ao contrário do que muitos pensam, a cruz é um símbolo que não pertence ao cristianismo. Surgiu há muitos anos e em diferentes lugares do planeta. Do ocidente ao oriente, a cruz é representada com variadas estruturas e carrega distintos significados, e pode ou não estar associada a uma doutrina religiosa, podendo mesmo ser um símbolo pagão.

A cruz grega possui uma estrutura quadrada, com quatro braços exatamente do mesmo tamanho, e representa um ponto central de união e intersecção de diferentes elementos que se expandem para direções. Em síntese, o símbolo representa a **união** dos opostos e a sua **harmonia**."



Fonte: Dicionário dos Símbolos

A cruz vermelha

"Na segunda metade do século XIX, o rápido desenvolvimento da tecnologia armamentista levou a um crescimento drástico do número de mortos e feridos em período de guerra."

Por conta disso foi necessário criar um **símbolo distinto e único** que identificassem os médicos que estavam em serviço durante as batalhas, e assim os mesmos não fossem atacados.

"O símbolo precisava ser simples, identificável à distância, conhecido por todos e idêntico para amigos e inimigos. O emblema precisava ser o mesmo para todos e universalmente reconhecível."

Por conta disso, a cruz vermelha é reconhecida e adotada em diversos países do mundo como **símbolo da saúde e proteção**.



*Fonte: Comitê Internacional
da Cruz Vermelha*

União e Positividade

Além desses significados, esse desenho em formato de cruz também é utilizado na matemática como sinal de adição.

É também atribuído ao símbolo o significado de "positivo", seja para traduzir os prótons da física, ou para definir um tipo sanguíneo na saúde.

O símbolo de "mais" representa a **soma de forças, união e positividade.**

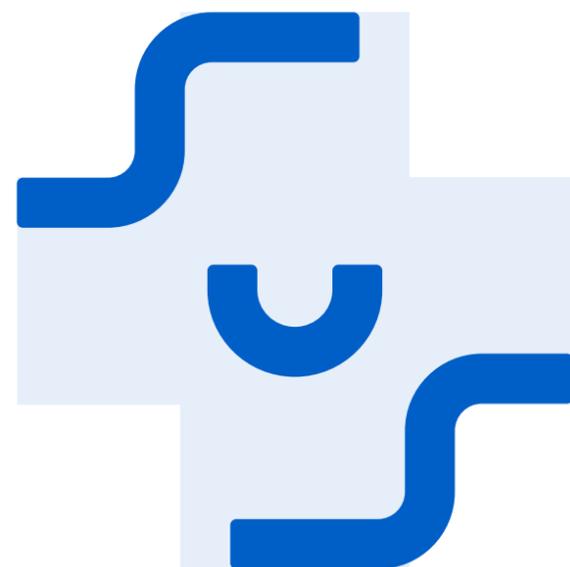


**Mais que um redesign,
mas a ressignificação de
um símbolo.**





Símbolo



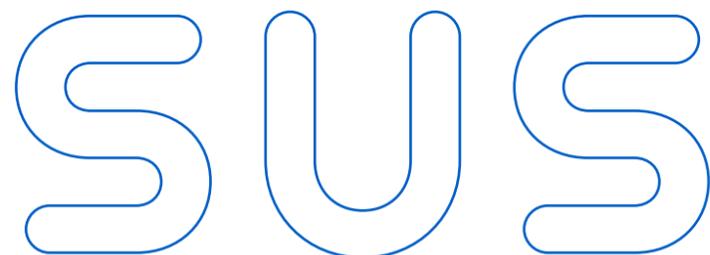
A nova marca busca manter a relação com a sua origem, mas com uma roupagem completamente nova.

O símbolo é desenhado nos contornos da cruz da saúde com as letras S's da sigla. Ao centro, a letra U surge como um sorriso. Assim, lemos o acrônimo SUS.

A forma traz linhas bastantes retas, que designa seriedade à logo, porém quebradas por curvas definidas e cantos arredondados, o que traz amigabilidade para a figura.

Tipografia

ORIGINAL

The image shows the word 'SUS' in a blue outline font. The letters are thin and have rounded, symmetrical curves. The 'S' has a distinct shape with rounded ends, and the 'U' is also rounded at the bottom.

MODIFICADA

The image shows the word 'SUS' in a solid blue font. The letters are thicker and have a more modern, sans-serif appearance. The curves are less pronounced and more angular than in the original version, giving it a more serious and professional look.

A tipografia utilizada para o logotipo foi a Omnium, uma fonte sem serifa geométrica, que tem como característica ser simples e acessível, mas mantendo sua modernidade.

A Omnium é uma fonte forte e irreverente, com um desenho bastante particular. Suas curvas perfeitamente simétricas e finalizações arredondadas dão um toque ousado e, ao mesmo tempo, afável para o logo.

Para que a tipografia se adequasse melhor a forma do símbolo e adquirisse um pouco mais de seriedade, o arredondamento das terminações foi atenuado.

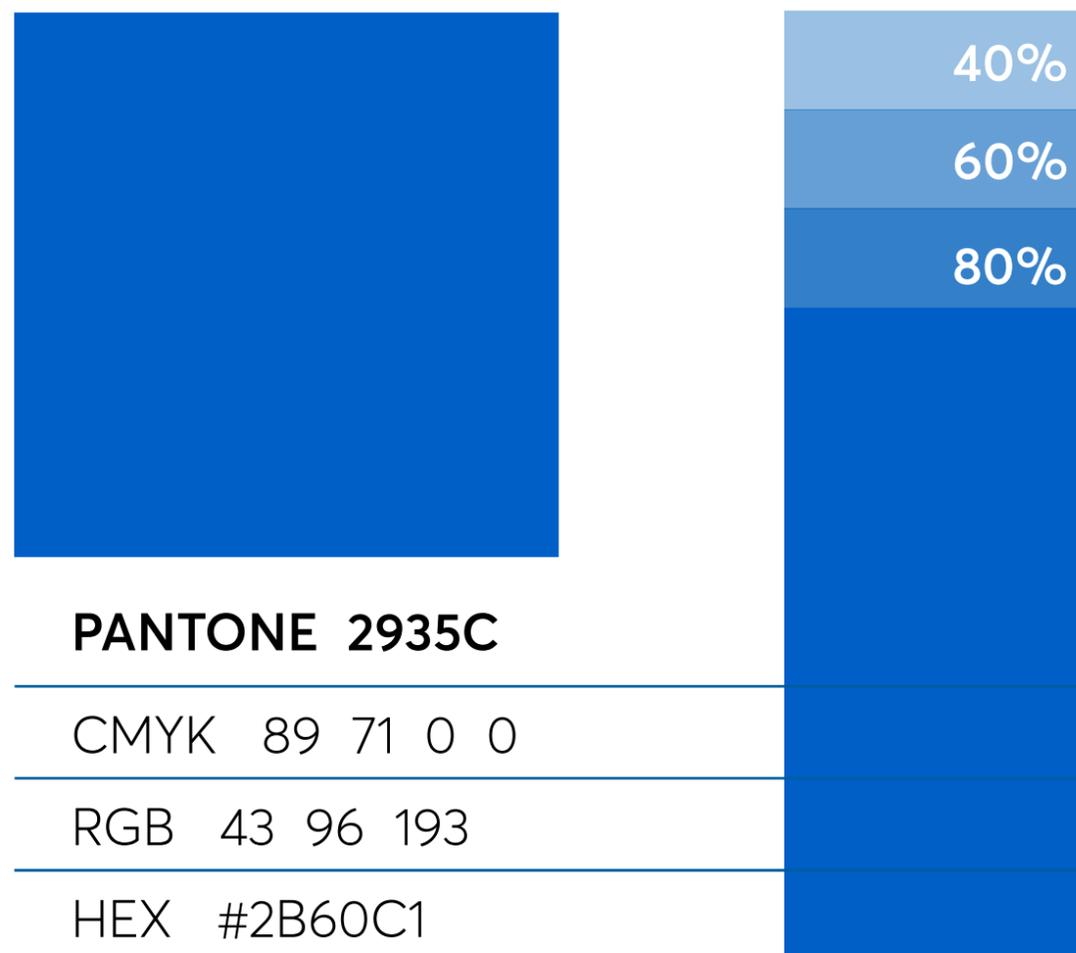
Tipografia Auxiliar

SISTEMA ÚNICO
DE SAÚDE

Para a tagline, foi utilizada a tipografia Averta, que também é designada como tipografia auxiliar para demais peças publicitárias e gráficas.

A fonte possui uma família tipográfica vasta, o que ajuda na dinamicidade das aplicações.

Cor

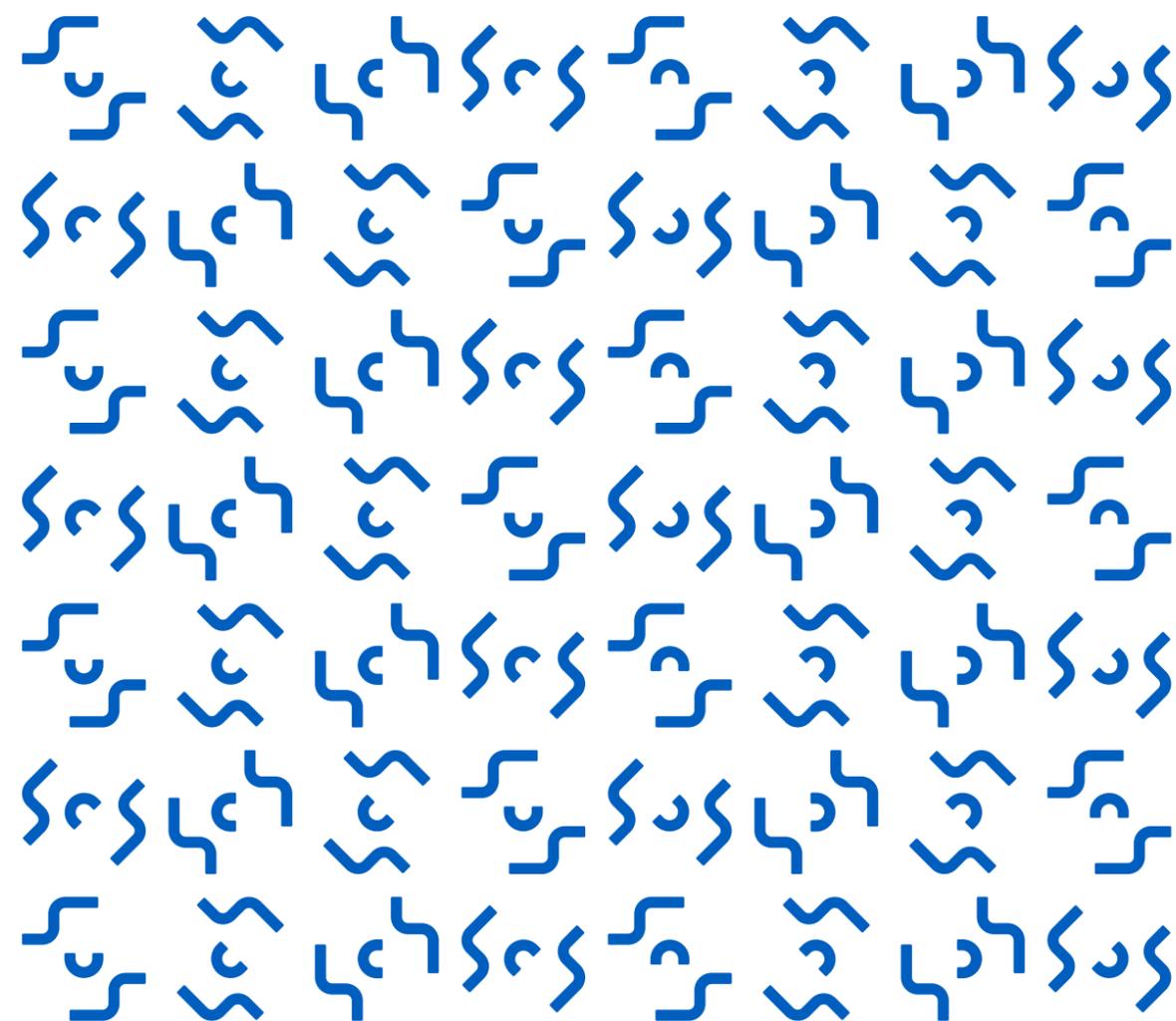


A cor atual do SUS possui um apelo visual muito forte na memória popular. Por isso optou-se por manter o azul, apenas deixando-o mais vibrante.

O azul, segundo a psicologia das cores, tem um efeito calmante. É a predileta das cores, sendo associada a simpatia e harmonia. Em seu tom escuro, também significa confiança e inteligência.

Além disso, o SUS é uma instituição que possui diversas instalações físicas e muitas delas possuem como cor principal em sua arquitetura a cor azul. Mantendo-se a cor, não se fazem necessárias mudanças de grande porte para adaptação a nova marca.

Pattern



O pattern foi criado a partir do próprio símbolo da marca rotacionado em diferentes graus, dando sensação de movimento e dinamicidade.

Hospitais são normalmente ambientes que causam sensação de tristeza, abandono e, dependendo do tempo de internação, enclausuramento.

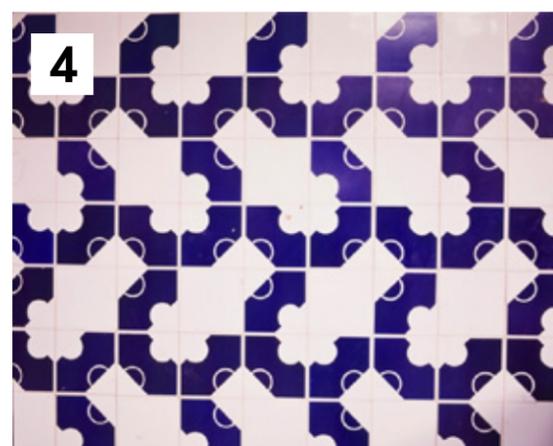
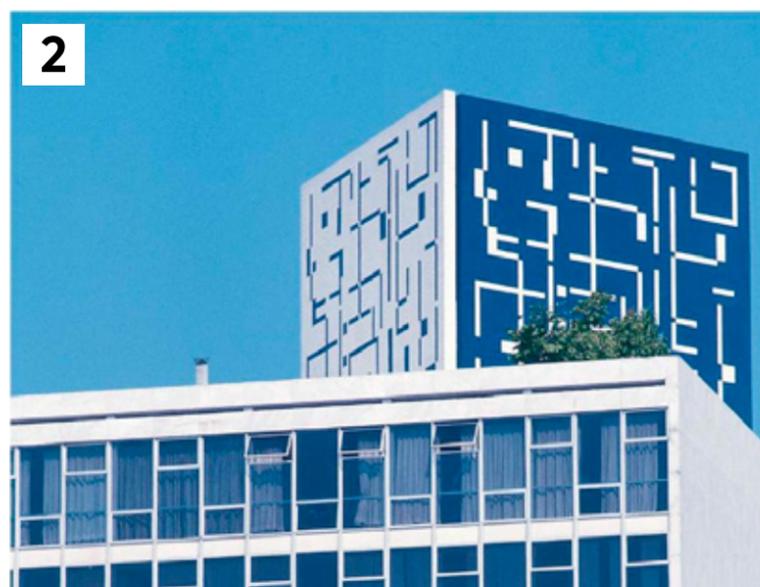
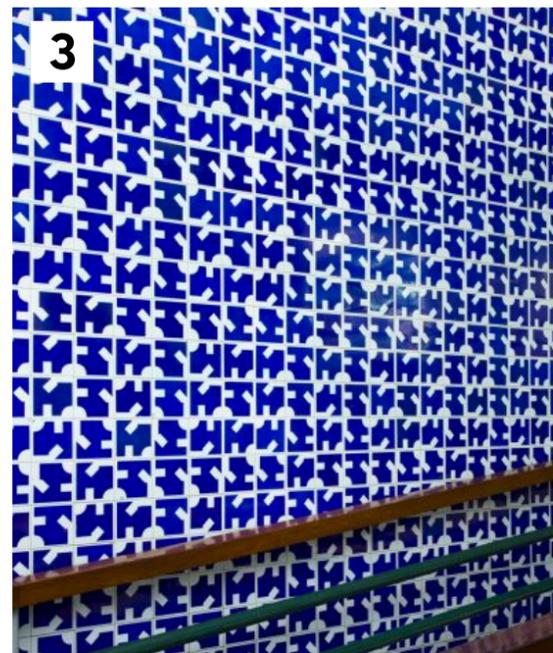
O pattern tem a intenção de levar alegria para dentro dos ambientes, podendo ser aplicado desde o enxoval, até nas próprias paredes, uma vez que o mesmo foi inspirado nos azulejos de Athos Bulcão e sua obra que ultrapassava galerias de arte e alcançava as ruas e construções.

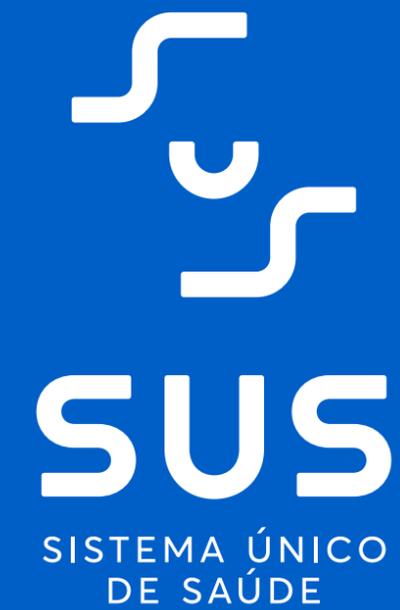
Athos Bulcão

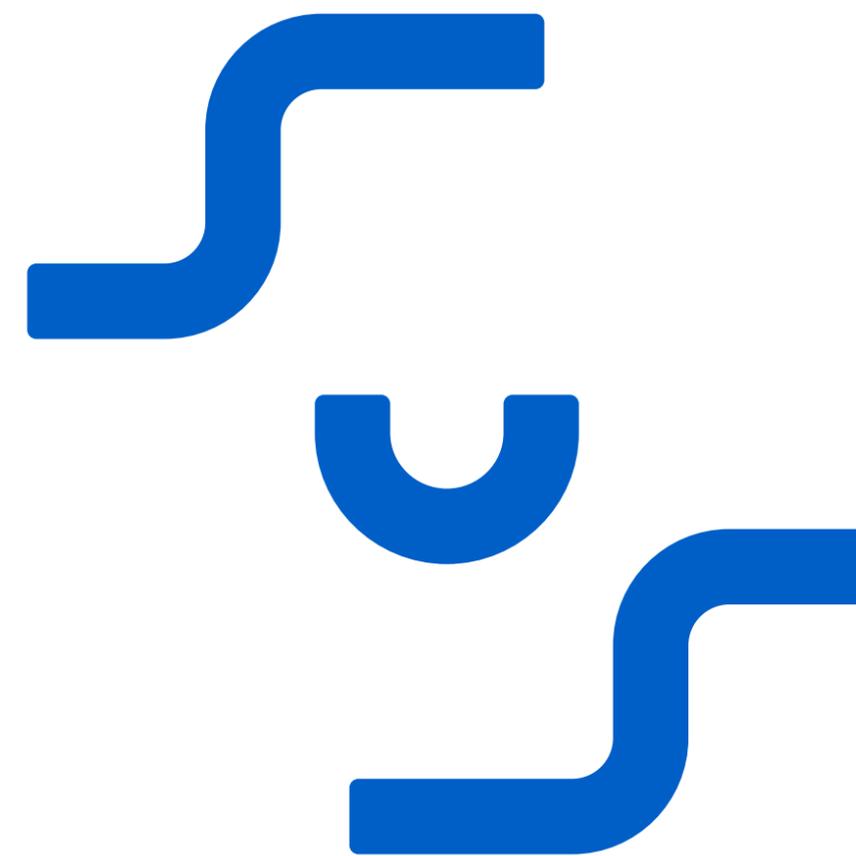
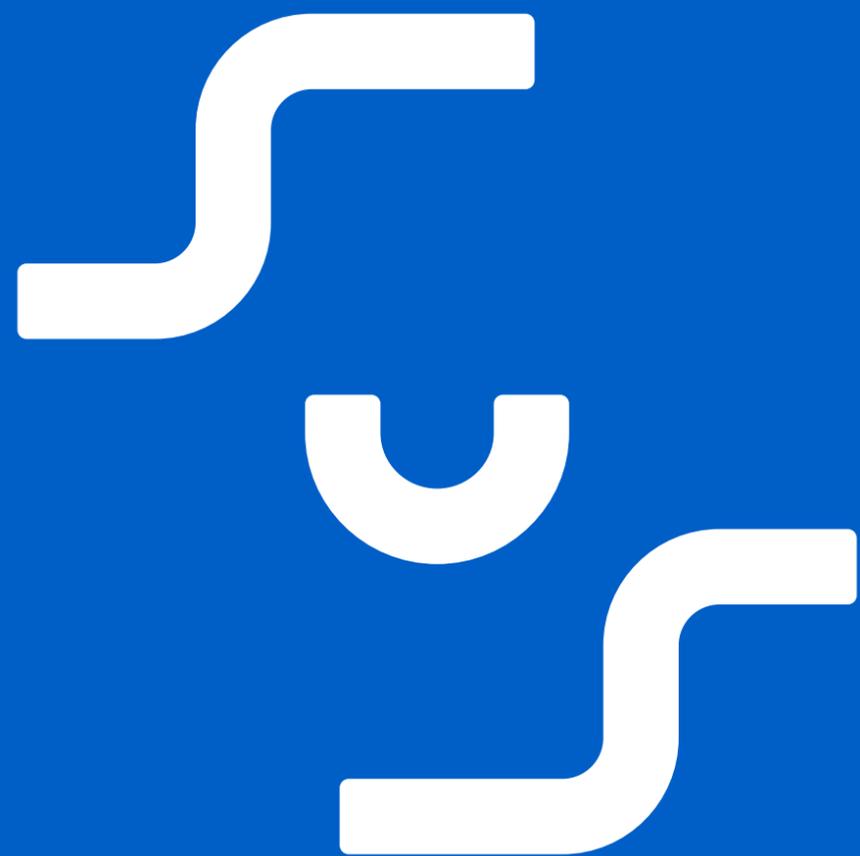
Athos Bulcão (Rio de Janeiro, 2 de julho de 1918 - Brasília, 31 de julho de 2008) foi um pintor, escultor, desenhista e artista brasileiro.

"A trajetória artística de Athos Bulcão é especialmente consagrada ao **público em geral**. Não ao que frequenta museus e galerias, mas ao que entra acidentalmente em contato com sua obra, quando passa para ir ao trabalho, à escola ou simplesmente passeia pela cidade, impregnada pela sua obra, que 'realça' o concreto da arquitetura de Brasília."

Uma curiosidade: o artista deixou o curso de Medicina para dedicar-se à pintura.







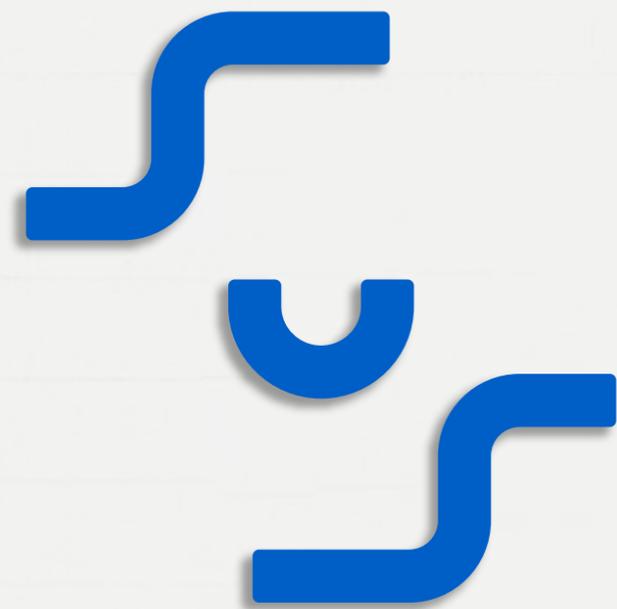






SUS

SISTEMA ÚNICO
DE SAÚDE



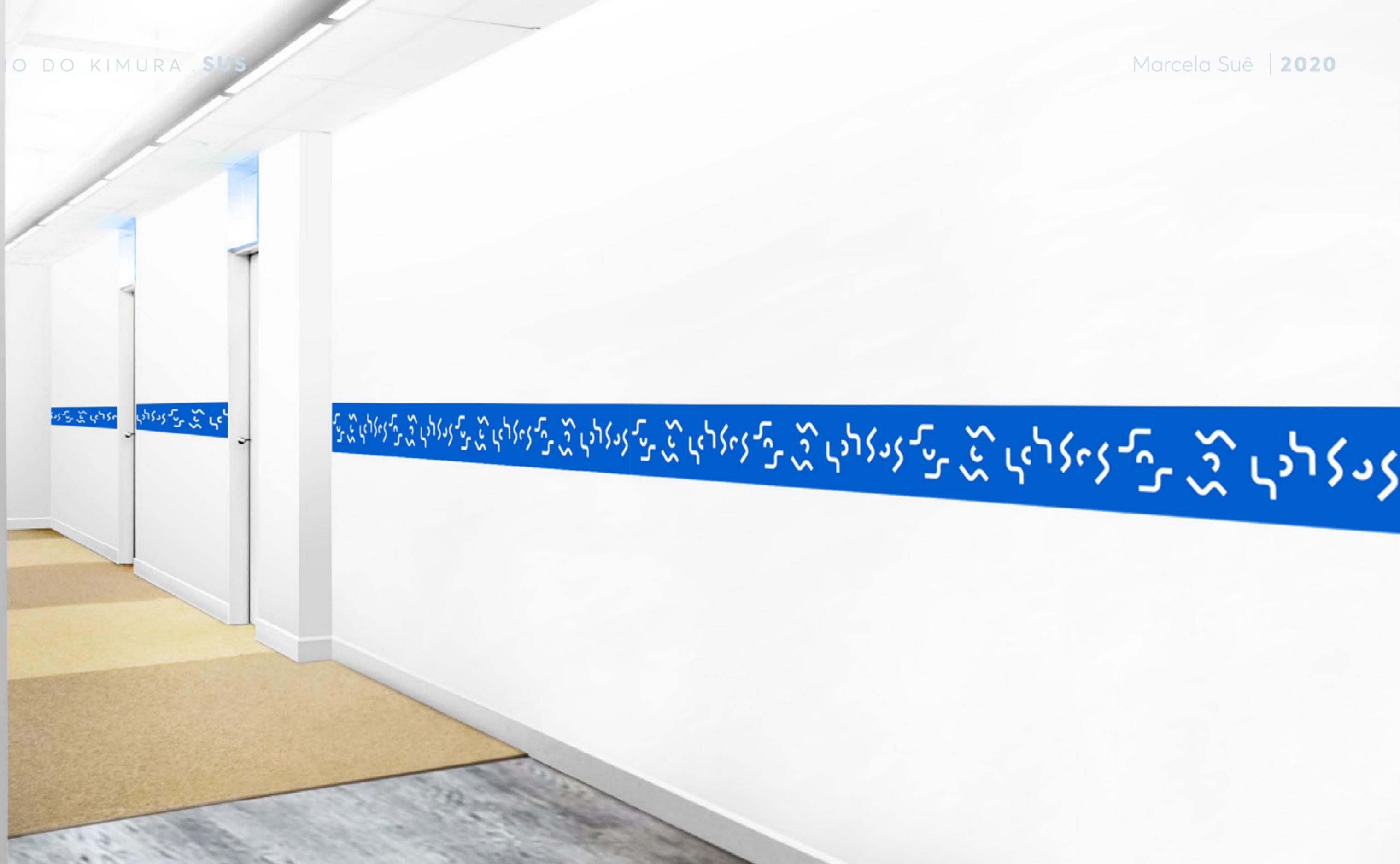
SUS

SISTEMA ÚNICO
DE SAÚDE











Obrigada pela oportunidade!

Marcela Guê

DESIGN DE MARCAS