

## Processo de Reformulação da Marca Gráfica Aplicada em Projeto da Atenção Primária à Saúde/Atenção Básica - TelessaúdeRS/UFRGS<sup>1</sup>

Luiz Felipe Telles<sup>2</sup>

TelessaúdeRS/UFRGS, Porto Alegre, RS<sup>3</sup>

### Resumo

Este artigo apresenta a marca gráfica do TelessaúdeRS/UFRGS, com seus elementos gráficos, símbolo, logotipo, grafismos e aplicações. Descreve as reformulações realizadas na marca ao longo do projeto e sua aplicabilidade nos materiais de divulgação para área da saúde, mais especificadamente para a Atenção Primária à Saúde -APS. Verificou-se que, para acompanhar a ampliação do projeto foi necessário que a marca passasse por reformulações em sua estrutura.

**Palavras-chave:** TelessaúdeRS/UFRGS; Marca gráfica; Manual de Identidade visual; Logotipo; Atenção Primária à Saúde.

### Introdução

O Programa Telessaúde Brasil Redes, iniciativa que integra a Política Nacional de Educação Permanente do Sistema Único de Saúde (SUS), é formado por uma rede que interliga gestores da saúde, instituições formadoras e serviços de saúde do SUS, num processo de trabalho cooperado online.

No Rio Grande do Sul, o TelessaúdeRS/UFRGS, projeto de pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Epidemiologia da Faculdade de Medicina da Universidade Federal do Rio Grande do Sul iniciou suas atividades em 2007. O TelessaúdeRS/UFRGS configura-se como uma estratégia de qualificação dos profissionais atuantes na Atenção Primária à Saúde (APS) mediante a utilização de tecnologias da informação e da comunicação com a disponibilização de atividades de teleconsultoria e teleducação. O principal objetivo do

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Publicidade e Propaganda do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Especialista em Design Gráfico/Produto e Informação, pela UNIRITTER email felipe.telles@telessauders.ufrgs.br

<sup>3</sup> TelessaúdeRS - Programa de Pós-Graduação em Epidemiologia / Faculdade de Medicina / Universidade Federal do Rio Grande do Sul

projeto é qualificar o trabalho das equipes de APS para colocar em prática os princípios da Política Nacional de Atenção Básica (PNAB): universalidade, acessibilidade, vínculo, continuidade do cuidado, integralidade da atenção, responsabilização, humanização, equidade e participação social. Todas essas atividades são orientadas pelos princípios e diretrizes do Sistema Único de Saúde (SUS), APS e pela melhor e mais atual evidência científica disponível e adequada à prática na APS (BRASIL b, 2012).

Atualmente o TelessaúdeRS/UFRGS disponibiliza aos profissionais da APS cinco frentes de trabalho: Teleconsultorias, Telediagnóstico, Suporte, Desenvolvimento e Teleducação.

Em 2007, de forma simultânea à implantação do TelessaúdeRS/UFRGS foi criada a marca gráfica do projeto, visando a identificação do programa pelo seu público. O presente trabalho tem como objetivo relatar todo o processo de desenvolvimento da marca gráfica do TelessaúdeRS/UFRGS.

### **Procedimentos Metodológicos**

O método empregado para o desenvolvimento do estudo foi o da pesquisa exploratória, que permite um planejamento mais flexível e objetiva principalmente aprimorar ideias sobre assuntos ainda pouco explorados (GIL, 2007). A primeira etapa da pesquisa envolveu um levantamento bibliográfico sobre o Programa Telessaúde Brasil Redes, o TelessaúdeRS/UFRGS, design gráfico e identidade visual.. A seguir, para análise da marca foram selecionados materiais gráficos impressos e digitais, webs, entre outros produtos, onde consta a sua aplicação.

A primeira marca gráfica do TelessaúdeRS/UFRGS era constituída por símbolo, logotipo e decodificador mas não possuía um manual de identidade visual que padroniza-se o seu uso. A união dos seus componentes representava a comunicação mediante a tecnologia da informação/internet, que agrupados ao logotipo e decodificador, constituem uma unidade visual.

Com objetivo de representar os elementos de trabalho do programa, foi utilizado o padrão cromático da marca em tons de azul, que representa a comunicação, e verde, que remete à saúde (Farina, 1990). O padrão cromático associado ao gradiente, efeito de volume e brilhos constituíam a marca gráfica do TelessaúdeRS/UFRGS, dando suporte para construir sua identidade perante ao público, imagem, impressos e demais elementos gráficos durante cinco anos, no período de 2007 a 2012.



**Figura 1 - Primeira marca gráfica do TelessaúdeRS/UFRGS**

O fato de a marca não conter um manual de identidade visual dificultou a padronização do seu uso nos diversos documentos de representação do projeto, salientando cada vez mais a necessidade e a importância da sua reformulação de um documento que normatiza-se o uso da marca.

Manual de Identidade Visual é um documento técnico concebido por designers gráficos, contendo um conjunto de recomendações, especificações e normas essenciais para a utilização de uma determinada marca (SHAPIRO, 1989). Tem como objetivo preservar suas propriedades visuais e facilitar a correta propagação, percepção, identificação e memorização da marca. Assim, em 2012, foi desenvolvido o manual de identidade visual que reestruturou a marca gráfica antiga e que serve como referência para a marca atual, especializando as imagens do projeto mediante sua Identidade Visual.



**Figura 2 - Reestruturação da marca gráfica do TelessaúdeRS/UFRGS**

Após análise da marca, verificou-se que a mesma é composta por elementos visuais que podem ser divididos em: primários – todos aqueles que baseiam os demais, ou seja, o logotipo e o símbolo; e secundários – aqueles que têm sua utilização altamente dependente da configuração de cada aplicação, derivam quase sempre de componentes dos elementos primários, cores, alfabeto institucionais, decodificadores, grafismos e ornamentos (PEON,

2003). Por fim segundo, os elementos adicionais, estes são elementos gráficos abstratos cuja função é enfatizar algum conceito (KOPP, 2009).

A marca gráfica do TelessaúdeRS/UFRGS é constituída por três elementos, descritos a seguir:

Símbolo, figura ou forma não verbal que substitui o nome da instituição (ADG, 1998). A característica de um símbolo é a capacidade de síntese: deve ser rapidamente identificado e associado a uma instituição (PEON, 2003). A marca do TelessaúdeRS/UFRGS apresenta como símbolo cinco elementos, cinco círculos e duas hastes que formam e caracterizam o símbolo.



**Figura 3- Símbolo TelessaúdeRS/UFRGS**

O logotipo é necessariamente formado por letras ou números que possam ser lidos, podendo nascer de quaisquer elementos, sejam eles reais ou imaginários, presentes ou ausentes, concretos ou abstratos. Pode surgir de simples iniciais, de associações fundamentadas ou casuais, de simetrias ou assimetrias, de figurações, de traços caligráficos dotados de conotação, sendo assim os mais variados espécimes podem inspirar um logotipo, que, no entanto, jamais será fruto de uma transposição direta, (MARISCAL, 2002). Trata-se de um processo de modificação e de combinação tipográfica, de minuciosas gradações cromáticas, de retoque e adaptações, que geram um árduo esforço na tentativa de criação.

O logotipo do TelessaúdeRS/UFRGS é caracterizado pela fonte tipográfica Myriad e faz parte dos elementos primários do Sistema de Identidade Visual, conforme Salt (2010, p. 6)

# TelessaúdeRS

**Figura 4 - Símbolo TelessaúdeRS/UFRGS - Fonte Myriad**

O Decodificador é a explicação de onde deriva o nome da instituição, ele se distingue do logotipo, segundo Koop (2009) porque representa o nome, o que é ou qual serviço a instituição realiza. O decodificador do TelessaúdeRS/UFRGS explica que o mesmo é um projeto da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

## PROJETO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

**Figura 5 - Decodificador TelessaúdeRS/UFRGS**

Definidos estes três elementos gráficos – símbolo, logotipo e decodificador – temos a marca gráfica estabelecida.



**Figura 6- Marca Gráfica TelessaúdeRS/UFRGS**

Os elementos secundários da marca – cor e alfabeto institucional – têm grande importância, porém, segundo ROCHA (2003) são altamente dependentes da configuração de cada aplicação, e derivam de componentes dos elementos primários. Seu uso deve ser regulado em todas as aplicações e também utilizado em elementos visuais, gráficos, publicitários e arquitetônicos. Já o alfabeto institucional, vai normalizar e harmonizar com os textos usados nas aplicações, compostos por uma família tipográfica que tenha vínculo com a marca gráfica, conforme preceitos de HURLBURT (1986) e ROCHA (2003).

O Grafismo usado para dar apoio para a marca gráfica do TelessaúdeRS/UFRGS surgiu da necessidade de enfatizar conceitos e valores que estão inseridos no projeto e são praticados pelos seus colaboradores. A ideia é associar as melhores práticas nacionais e internacionais relacionadas à Saúde. O uso do grafismo é regido pelo bom senso, pois não deve concorrer com os elementos primários.

## Padrão-Ouro



**Figura 7 - Grafismo Padrão ouro**

Para enfatizar estes conceitos foi adicionada uma forma geométrica, onde se entrelaçam linhas conhecidos como arabescos (OLIVEIRA, 2002) e o termo padrão ouro. Ambos assumem formas diferentes nas duas versões horizontal e vertical. As aplicações permitem melhor identificação, diferenciação dos concorrentes e também a transmissão e/ou associação de conceitos de solidez, segurança e a continuidade do padrão gráfico.

Todos os materiais impressos, web, sinalizações e produtos exigem a aplicação da marca gráfica. O que vai definir o uso da versão horizontal ou vertical será o formato do suporte. O uso de cores institucionais e tipografia, nesta etapa, está presente, conforme imagens apresentadas abaixo. Como destaca Fornasaro (2013, p.12), “a cor quando bem usada, torna-se um grande atrativo e proporciona muita eficácia na comunicação visual”.



**Figura 8 - Marca gráfica versão vertical**



**Figura 9- Marca gráfica versão horizontal - estandes**



**Figura 10 - Marca gráfica símbolo e logotipo separados e aplicados em premiações**

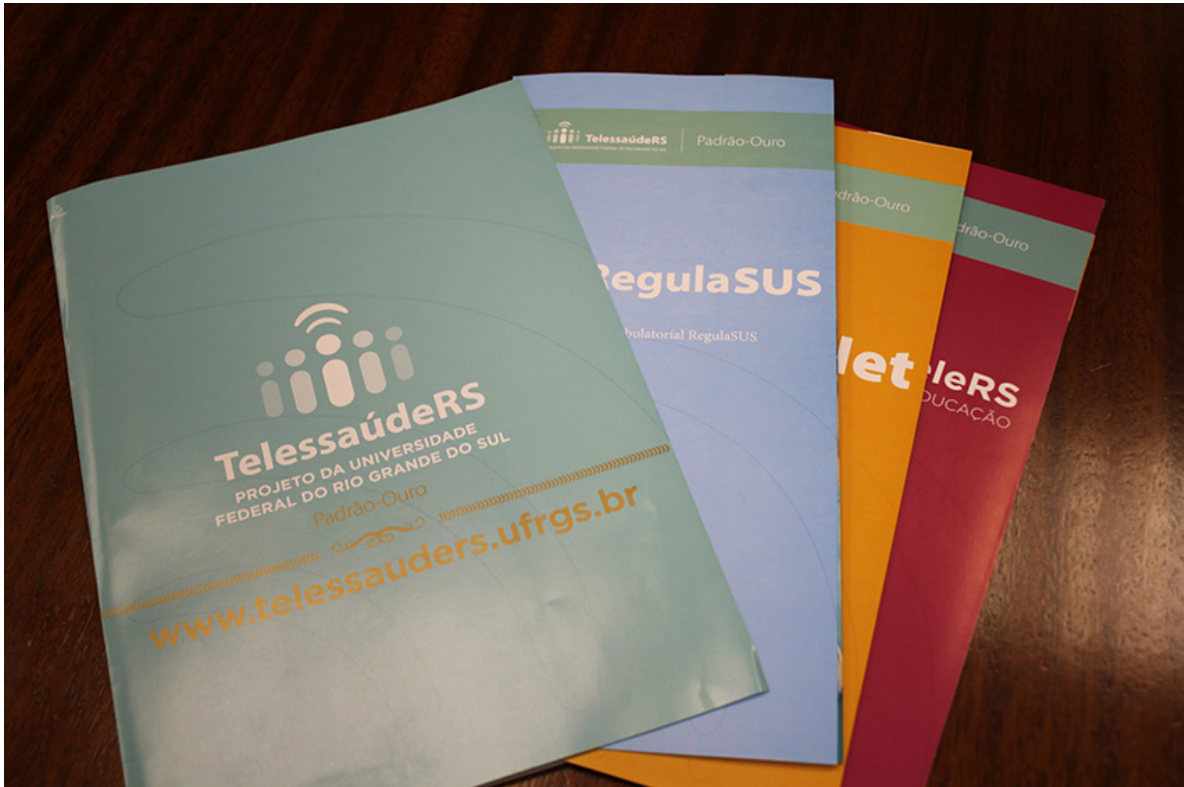


**Figura 11- Marca gráfica aplicada no site**

É importante considerar para a aplicação da marca o uso de duas versões, horizontal e vertical, sendo uma indicada como prioritária. Porém ela sempre vai se adaptar conforme o suporte em que estiver aplicada.



**Figura 12 - Folder institucional- Marca gráfica vertical**



**Figura 13 - Folder institucional - Marca gráfica vertical e horizontal**

Mesmo com a reestruturação da marca e desenvolvimento do manual de identidade visual, ainda não há um registro para explicar o significado dos elementos gráficos que compõem o símbolo. Talvez, esta ausência demonstre a necessidade de um redesenho para a marca gráfica. A regra de uso da marca é encontrada no seu manual de identidade Visual. A interpretação que temos dos seus elementos gráficos remetem à comunicação, pessoas ou torres ações, que estão presentes no TelessaúdeRS/UFRGS.

### **Conclusão**

A marca gráfica do TelessaúdeRS/UFRGS incorpora potenciais que refletem a identidade do projeto, trazendo elementos que representam as ferramentas utilizadas. As reformulações da marca alcançaram os objetivos iniciais de padronização do uso e de acompanhamento da ampliação do projeto. Por meio do estudo foi possível verificar que as perspectivas para identidade visual do projeto são múltiplas e há ainda grande espaço para ser explorado, sendo necessária a documentação dos elementos que constituem a marca gráfica do TelessaúdeRS/UFRGS.



## REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO DOS DESIGNERS GRÁFICOS **Prática profissional designer gráfico**. São Paulo: ADG, 1998
- BRASIL. Ministério da Saúde. **Manual de Telessaúde para Atenção Básica / Atenção Primária à Saúde / Ministério da Saúde**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. – Brasília : Ministério da Saúde, 2012. 123 p. : il. – (Série A. Normas e Manuais Técnicos).
- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Política Nacional de Atenção Básica / Ministério da Saúde**. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. – Brasília : Ministério da Saúde, 2012. 110 p. : il. – (Série E. Legislação em Saúde).
- FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 4. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1990.
- FORNASARO, Rodrigo. **As cores no Design Gráfico**. Postado em 21 de Março de 2007. Disponível em: <http://desenhografico.wordpress.com/2007/03/21/as-cores-nodesign-grafico/>. Acesso em 05 set. 2013.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.
- HANLON, Patrick. **O segredo das marcas desejadas: criando consumidores apaixonados pela sua marca e pelo seu produto**. São Paulo: Editora Gente, 2007.
- HURLBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**. São Paulo: Nobel, 2002.
- KOPP, Rudinei. **Design gráfico cambiante**. 3. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009
- MARISCAL, Javier. **Curso de design gráfico**. São Paulo: Salvat Editores, 2002.
- PEÓN, Maria Luísa. **Sistemas de identidade visual**. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003
- ROCHA, Cláudio. **Projeto tipográfico: análise e produção de fontes digitais**. São Paulo: Rosari, 2003
- SALT, Ina. **Design e tipografia: 100 fundamentos do design com tipos**. São Paulo: Blucher, 2010
- SHAPIRO, Ellen. **Designers**. New York: Crown Publishing Group, 1989.