

P81
1973

שטורמן



Nº de registro

Ver. 4093/90

**Imagem Empresarial para um
Pronto Socorro Clínico**

ESDI Escola Superior de Desenho Industrial
Trabalho de formatura desenvolvido no ano de
1973 sob a orientação dos professores
Alúcio Magalhães e Karl Heinz Bergmiller

Aluno Gilberto Luiz Teixeira Leite Strunck



Memória justificativa

Prontocor
Imagem Empresarial

Nos primeiros contatos tidos com a diretoria do *Prontocor* Pronto Socorro Clínico Ltda., a respeito da Imagem Empresarial da referida firma, evidenciou-se nestes senhores o desejo de modernizar a atual marca, um coração, tornando mais organizado o seu emprego. Esta marca vem sendo utilizada a dezessete anos e segundo verificado depois, foi retirada de um livro de anatomia.

Nem sempre pode uma empresa romper radicalmente com a imagem que vem sendo apresentada, há anos, para o público. Logo o primeiro caminho a ser cogitado na modernização da imagem foi o do redesenho do coração. Além disso, dois aspectos muito importantes deveriam ser levados em conta. O primeiro é que 90% dos contatos visuais do *Prontocor* com o público são feitos através de suas doze ambulâncias que circulam dia e noite pela cidade. O segundo é o problema da descrição hospitalar. É

interessante observar que nos levantamentos realizados verificou-se que os doentes internados que deviam ser removidos de ambulância para suas residências, preferem sê-lo nas horas tardias da noite quando o movimento nas ruas é muito menor.

O trabalho deveria ser levado a cabo de modo a conciliar estas duas posições, ou seja, a principal fonte de propaganda teria que ser discreta e ao mesmo tempo fortemente pregnante.

Isto posto, começa-se a desenvolver duas pesquisas. Na primeira, um levantamento do universo dos símbolos usados em ambulâncias. Neste está incluído um subuniverso, o dos símbolos dos pronto-socorros de assistência especializada aos cardíacos. Verificou-se então que a cor utilizada na maioria dos casos é a vermelha, sendo que nos poucos em que se verificou uma modernização bem como naqueles que estão surgindo, a cor é a azul. No subuniverso em questão, há na maioria das vezes, o emprego de corações, cruzeiros e curvas de eletrocardiogramas como símbolos.



Na segunda pesquisa, apresentou-se a 109 pessoas, 63 homens e 46 mulheres a marca atual do *Prontocor*, pedindo que estes a identificassem. Os resultados foram negativos. Ninguém a ligava ao *Prontocor*, sendo que várias já haviam sido por ele atendidas. O mais interessante deste levantamento foi que a maioria dos entrevistados pensava que o *Prontocor* atendia somente aos doentes cardíacos. A redundância da marca — coração com o nome era forte demais. Isto veio de encontro a um dos aspectos sobre o qual havia-se conversado com os diretores do *Prontocor*. Este quando de sua fundação atendia principalmente aos doentes do coração, sendo que com o passar do tempo foi ampliando sua faixa de atendimento. Hoje em dia o ponto ao qual deveria ser dada maior ênfase era o de pronto-socorro clínico.

Outro lado da pesquisa revelou que o nome *Prontocor* era sobejamente conhecido. As pessoas estavam plenamente familiarizadas com o nome, e isto a tal ponto que "*Prontocor*" havia transcendido ao seu significado inicial passando a ser uma denominação genérica para pronto-socorros.

De posse destes dados, o caminho a seguir na criação da Imagem Empresarial estava definido, o abandono do coração e a exploração do nome.

Passou-se então a fazer um estudo das deformações sofridas pelas letras. Escreveu-se "*Prontocor*" com vários alfabetos diferentes e fez-se testes de desfoque e movimento. Depois trabalhando-se em cima dos alfabetos que menos haviam se deformado, chegou-se a um logotipo em que a junção das letras "r" e "o", "c" e "o", davam ao mesmo um grande sentido de continuidade. Em seguida grifou-se o logotipo dando-lhe um caráter de movimento que conotasse com a presteza no atendimento.

Outro conceito foi então aplicado, o de que, encontrando algo que não se ache incorporado ao nosso repertório, temos que nos esforçar mais para entender e quando isto é conseguido, a memorização vem num grau muito mais alto. Deu-se então ao logotipo um tratamento fazendo com que suas letras ficassem perspectivadas para a direita e para baixo num ângulo de 45°. Em seguida foram vazadas na parte superior fazendo-as confundir com o plano.

A partir daí o trabalho resumiu-se em burilar o dimensionamento do logotipo. Variou-se o espaçamento entre as letras, a sua espessura, seu grau de inclinação, os raios de curvatura, o tamanho da sombra, até atingir o resultado final.

Nas pranchas que se seguem encontramos:
 Construção geométrica 5
 Arte final 6
 Redução positiva 7
 Redução negativa 8
 Desfoques 9
 Cor 10
 Posicionamento do logotipo na ambulância 12
 Cor na ambulância 13
 Movimento 14
 Placa, modelo e dimensionamento 15
 Normalização dos impressos 16
 Exemplo de papel timbrado 17

Prontocor**Prontocor****Prontocor****Prontocor****Prontocor****Prontocor****Prontocor****Prontocor****Prontocor**

ששתה ששתה

Redução positiva

Fonteur

Redução negativa

Pantovar

Desfoques

Nesta prancha encontramos o logotipo desfocado 30, 60 e 90%.

The logo 'Pantour' is displayed in a bold, stylized font. The letters are thick and rounded, with a distinctive shape for the 'P' and 'r'. The logo is shown with a 30% blur effect, making the edges slightly soft and the overall appearance less sharp.

The logo 'Pantour' is displayed in a bold, stylized font. The letters are thick and rounded, with a distinctive shape for the 'P' and 'r'. The logo is shown with a 60% blur effect, making the edges significantly softer and the overall appearance more out of focus.

The logo 'Pantour' is displayed in a bold, stylized font. The letters are thick and rounded, with a distinctive shape for the 'P' and 'r'. The logo is shown with a 90% blur effect, making the edges very soft and the overall appearance very out of focus.

Cor

Como já foi dito anteriormente, verificou-se que na maioria dos casos, a cor utilizada na pintura de ambulâncias é a vermelha sobre fundo branco, sendo que a tendência observada nas novas organizações bem como naquelas que sofreram modificação na Imagem, foi a de empregar o azul sobre fundo branco.

No caso, para tornar mais marcante o uso do logotipo, optou-se por uma cor de baixa frequência na pintura de veículos, em nossa Cidade.

A cor escolhida, um magenta cuja tonalidade foi especialmente criada, será aplicada sobre fundo branco, e seu emprego nos impressos será abordado mais adiante.

A large, stylized logo for 'SANTOS' is positioned at the bottom of the page. The letters are rendered in a bold, blocky, sans-serif font. Each letter is filled with a vibrant red color and has a thick white outline, creating a 3D effect. The letters are closely spaced and slightly overlap, giving the logo a dynamic and modern appearance.

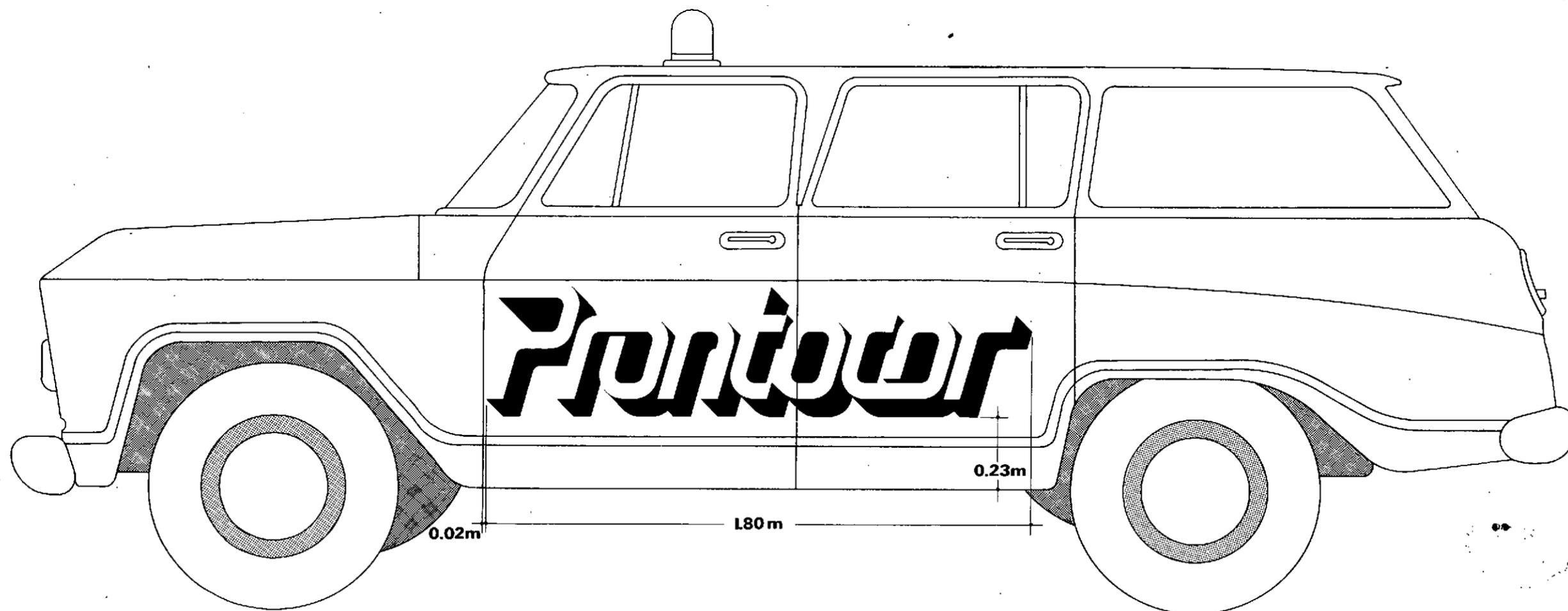
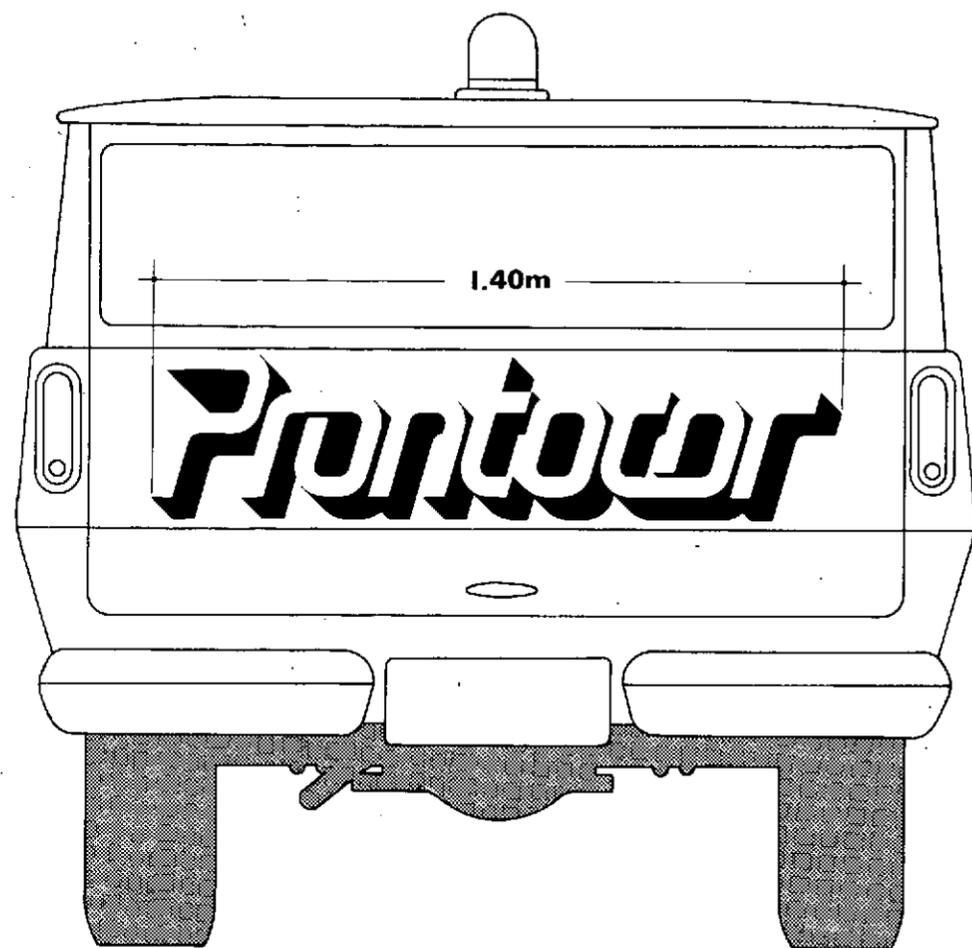


Posicionamento do logot na ambulância

As ambulâncias do *Prontocor* levam na pintura uma grande carga de informação a saber: seus dois endereços com os respectivos telefones, a especificação do tipo de serviço prestado pelo pronto-socorro, além naturalmente, do nome e da marca.

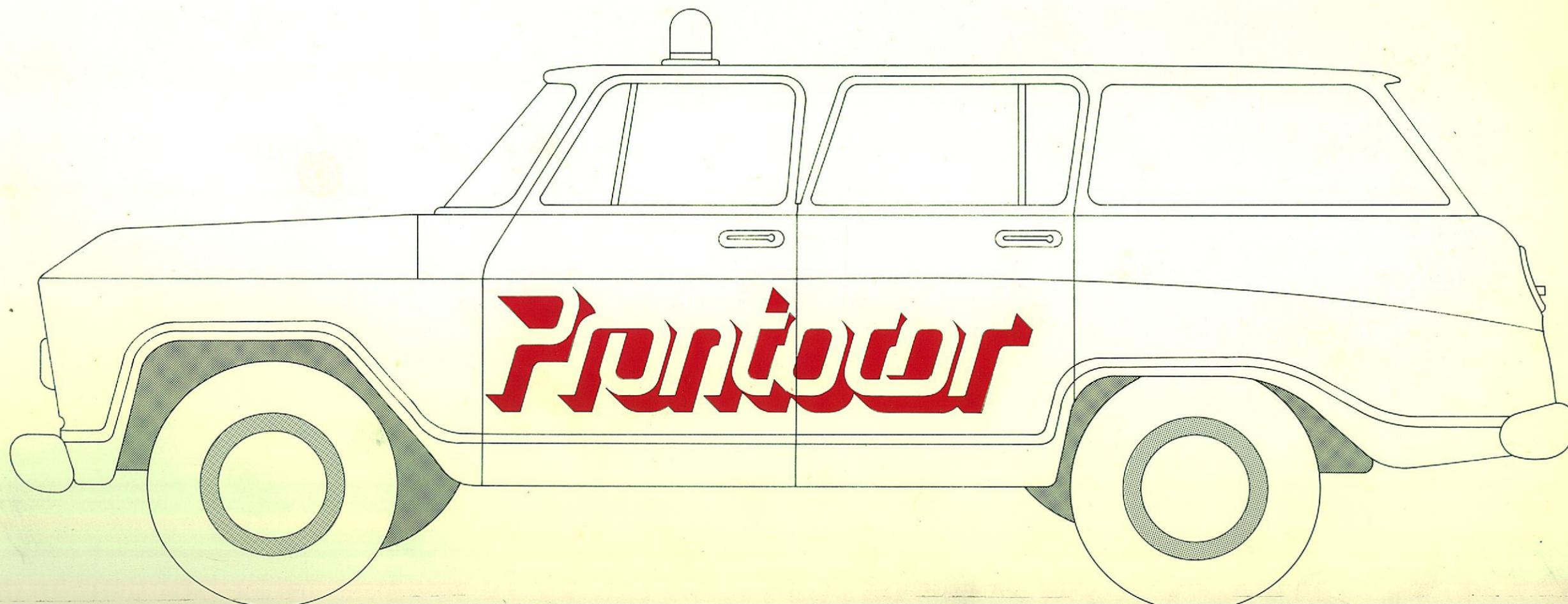
Pôde-se constatar que estas informações são no caso, de pouca valia, pois que o *Prontocor* é solicitado por pessoas que, ou já tem seu número e endereço ou que o procuram pelo nome nos catálogos telefônicos. Fora isso, os aspectos visuais são extremamente confusos, dando uma idéia de sujeira e desorganização.

As novas ambulâncias terão na pintura apenas o logotipo, que será aplicado segundo os esquemas aqui apresentados.



Cor na ambulância

A ambulância será toda branca, sendo o logotipo pintado na cor magenta.



MOVIMENTO

Placa, modelo e dimensionamento

As placas de identificação usadas nas fachadas das sedes do *Prontocor*, obedecerão aos esquemas aqui apresentados, variando em tamanho segundo as necessidades mas guardando sempre as devidas proporções.

Serão feitas em acrílico branco leitoso, sendo os dizeres aplicados em relevo. O logotipo em magenta e a razão social em preto. Esta será escrita no alfabeto Univers 65 meio preto.





Normalização dos impressos

Os impressos usados pelo *Prontocar*, apresentam os mais diversos formatos e tipologia. Não há nenhuma normalização quanto ao uso da marca. Varia sempre seu tamanho em relação ao dos papéis, bem como sua cor.

O primeiro passo dado no sentido da racionalização foi o da adoção da norma DIN, recomendada pela ABNT, que só não será usada nos casos em que arquivos especiais exigirem outros formatos de papel.

Quanto ao uso da cor, os impressos foram divididos em duas categorias: externos e internos, sendo que os últimos subdivididos em administrativos, médico-administrativos e médicos. Somente os externos, aproximadamente 1/4 do total, serão impressos a duas cores, coisa que não acontece atualmente, advindo daí grande economia.

Foi feito um bloco com amostras destacáveis de cor para fornecimento às gráficas. Logo, quando de cada reimpressão, a mesma tonalidade de magenta será obtida.

Quanto ao emprego do logotipo, aproveitando também a norma DIN, estabeleceu-se o seguinte critério: tamanhos padrão de logotipos foram estudados, de modo que a eles fiquem ligados os formatos dos papéis.

Quando se quer saber qual o tamanho a ser usado em determinado papel, procede-se da seguinte maneira:

- 1 Toma-se a medida do papel em seu sentido de leitura.
- 2 Procura-se em que formato esta se encaixa na norma DIN.
- 3 Através da tabela anexa, acha-se o tamanho do logotipo correspondente.
- 4 Um bloco fornece em folhas destacáveis o logotipo nos tamanhos padrão.

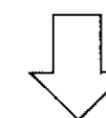
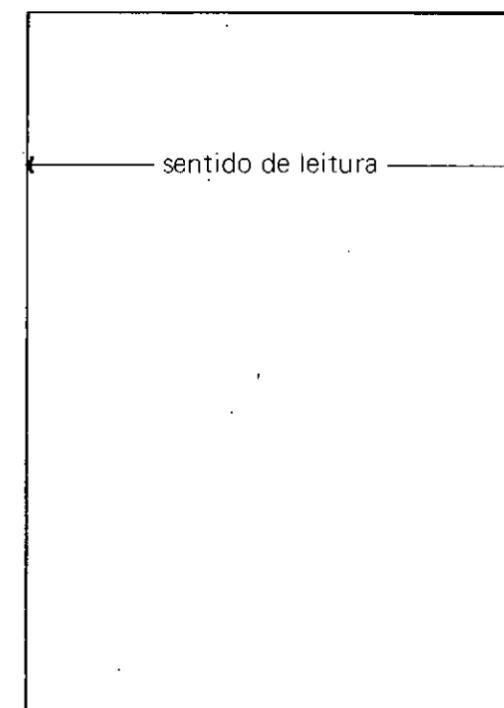
Um exemplo da utilização desta tabela, encontra-se na prancha seguinte.

A tipologia adotada foi assim racionalizada: para os padrões 2, 3, 4, e 5 compõe-se;

Pronto Socorro Clínico em Univers 65 Médio, corpo 10 ca e cb. Os endereços, telefones, bairros, zonas de correio, etc. em Univers 65 Médio Grifo, corpo 10 ca e cb.

Para o uso dos padrões 0 e 1, as letras sofrerão uma redução de 35%.

Para os casos em que for necessário o uso de tipos tipográficos, as famílias a serem usadas serão a Grotasca Claro e a Normal.



Norma DIN	Dimensões (mm)	Logotipo
A1	594 X 841	5
A2	420 X 594	4
A3	297 X 420	3
A4	210 X 297	2
A5	148 X 210	1
A6	105 X 148	0
A7	74 X 105	0

Quando a medida do sentido de leitura do papel for, por exemplo 148mm, o padrão a ser usado é determinado pela faixa em que esta medida aparece em negrito. No caso o padrão será o 1.



Exemplo de papel timbrado

Medida do sentido de leitura do papel = 210 mm
Logotipo a ser usado, padrão 2

