

Manual de identidade visual



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

índice

01. Apresentação 3

O Logotipo e Seus Elementos

02. Elementos constitutivos 5

03. Versões do logotipo 6

04. Variações cromáticas 7

05. Proporções do logotipo 8

06. Reservas e reduções 9

07. Aplicação em fundos de cor 10

08. Tipografia de apoio 11

09. Usos indevidos 12

Exemplos de Aplicação

10. Papelaria 14

11. Pin 15

Expansão do Sistema

12. Regionais CFM 17

14. Proporções do logotipo 19

15. Modelos de assinatura conjunta 20

16. Proporções do logotipo 21

17. Modelos de assinatura conjunta 22

Navegação

Clique na página escolhida para visualizá-la.

Ao longo do manual, clique no ícone ao lado do número da página para voltar ao índice

Downloads

Logotipo CFM A

Logotipos Regionais B

Logotipos Assinatura Conjunta C

É com muito orgulho que apresentamos neste documento a nova identidade visual do Conselho Federal de Medicina (CFM) e dos Conselhos Regionais de Medicina (CRMs). Fruto de um criterioso processo de desenvolvimento, a nova marca representa muito mais do que a adoção de um desenho.

Ela representa uma história rica, de compromisso com as boas práticas da classe médica, base para melhoria constante da saúde e do bem estar de nossa sociedade.

A partir de agora, todos os profissionais envolvidos (direta ou indiretamente) na manipulação e reprodução da nova marca, serão agentes fundamentais no processo de implementação e consolidação da identidade visual CFM e dos CRMs.

Por isso, as regras e critérios estabelecidos neste documento devem ser integralmente respeitados, sem exceção. Em qualquer situação de dúvida, entre em contato com o Setor de Imprensa de nossa entidade para receber ajuda e orientação.

Atenciosamente,

Carlos Vital Tavares Corrêa Lima
Presidente do CFM



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA



O Logotipo e Seus Elementos



O caduceu, um bastão usado para simbolizar o trabalho médico, simboliza o poder do conhecimento e o apoio necessário à jornada diária dos cuidados.



A serpente, outra imagem recorrente da Medicina, simboliza a tensão entre o bem e o mal, portanto entre saúde e doença. Representa ainda a astúcia, a sagacidade e a capacidade de regeneração e superação.



A primeira esfera, na qual os símbolos da Medicina estão inseridos, representa o papel que o CFM e os CRMs exercem como instituições voltadas ao desenvolvimento dessa prática.



A segunda esfera, que se superpõe, simboliza o cultivo realizado pelo CFM e os CRMs para garantir a boa conduta médica por meio do respeito às normas éticas e profissionais.



A terceira esfera mostra o compromisso do CFM e dos CRMs para com o médico, a quem as instituições dedicam esforços na orientação de seu crescimento (individual e coletivo) no exercício da Medicina.



A quarta esfera é a materialização do elo do CFM e dos CRMs com o paciente e a sociedade, cuja assistência e defesa de interesses fazem parte da missão de trazer proteção expressos nos atos de cuidar, orientar e salvar.

A correta aplicação do logotipo em peças gráficas, sinalização, mídia eletrônica e outras peças de comunicação garante a percepção de seus valores e princípios.

Para garantir essa leitura, o logotipo CFM, bem como o dos Conselhos Regionais de Medicina que obedecem a mesma lógica de construção, pode ser aplicado em duas versões (horizontal e vertical), conforme exemplificado ao lado.

A versão preferencial é a horizontal, mas para aplicações em que a orientação do espaço destinado ao logotipo é essencialmente vertical se deve aplicar essa versão do logotipo.

No final deste manual há uma seção onde se pode fazer o download das versões completas dos logotipos em originais digitais.

horizontal



vertical



O cuidado com a consistência cromática das manifestações do logotipo contribui para a correta percepção dos valores e princípios associados à marca.

Deve-se optar pela versão preferencial do logotipo sempre que possível. Na impossibilidade do uso de cores especiais Pantone, se permite o uso do logotipo em cromia.

Utilize a versão monocromática com retícula somente em casos onde houver restrição de cor no processo de produção. Aplique a marca prioritariamente no verde CFM, e em casos que cores não-institucionais da CFM sejam utilizadas aplique a marca em negativo.

Quaisquer outros casos devem ser consultados com o Setor de Imprensa do CFM, ou outra área técnica indicada por ele.

01.
Preferencial em Pantone

em positivo



em negativo



02.
Monocromática



03.
Uma cor



Pantone 3385	C45- M0 - Y35 - K0	R140 - G207 - B183
Pantone 3415	C100 - M0 - Y80 - K10	R0 - G153 - B100
Pantone Cool Gray 11	C0 - M0 - Y0 - K80	R88 - G89 - B91

Pantone 3415

Preto

A correta proporção entre símbolo e tipograma bem como seu posicionamento preciso são imprescindíveis para a leitura do logotipo em todo seu potencial comunicativo.

Use os regramentos ao lado para conferência e em casos em que haja necessidade de montagem.

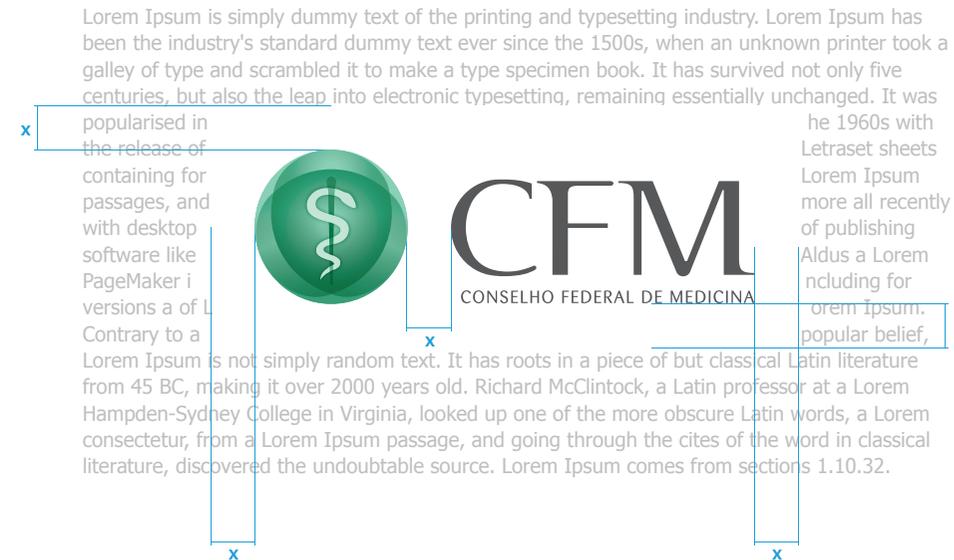
No final deste manual há uma seção onde se pode fazer o download das versões completas dos logotipos em originais digitais.



Área de resguardo visual

Para que outros elementos não se confundam com o próprio logotipo, mantendo-o numa área que permita sua correta leitura e percepção, deve-se observar o campo de proteção e reserva, conforme exemplificado ao lado.

Usando como referência a largura entre o símbolo e a letra "C" de CFM, nenhum elemento gráfico ou de texto deve invadir essa área, mantendo o logotipo em uma área de respiro.



Redução máxima com texto

Redução máxima sem texto

Para preservar a legibilidade do logotipo nos mais diversos meios de reprodução, não se deve reduzir o logotipo além das medidas indicadas ao lado.

Versão horizontal



Versão vertical



A correta percepção do logotipo passa também por uma boa relação de contraste com o fundo sobre o qual está aplicado. A observância desta norma, acompanhada das indicações feitas neste manual, faculta uma ótima leitura do logotipo e de seus elementos, além de possibilitar o uso da marca com toda a força de sua identidade.

Sobre cores claras e/ou neutras, a versão preferencial se mostra, em positivo, eficiente. Sobre cores escuras e/ou vívidas, pode-se optar pela versão em negativo do logotipo. Sobre fundos ruidosos e sobre imagens, deve-se usar a versão com módulo de proteção.

Para aplicação do logotipo sobre fundos em tons de cinza e preto, deve-se observar a escala ao lado. Até 30% de *benday* pode-se optar pela versão preferencial. A partir de 40%, deve-se optar pela versão em negativo do logotipo.

O módulo de proteção deve ser construído seguindo-se as regras do capítulo anterior.

Fundo de cores claras e/ou neutras



Fundo de cores padrão



Fundo ruidosos e/ou imagens



Uso do logotipo sobre tons de cinza e preto



A tipografia usada na comunicação também contém uma carga simbólica que, coerente com a identidade da marca, apoia e consolida seu discurso, reforçando seus valores.

Para títulos em materiais de comunicação, sugere-se o uso da família tipográfica Barmeno BQ.

Para textos corridos deve-se usar a família tipográfica Tahoma, em todos os seus pesos, assegurando clareza e leitura nas aplicações de comunicação.

Para uso interno ou corporativo, como em cartas, memorandos, apresentações por meio de Power point etc., sugere-se a família Frutiger, presente no sistema operacional Windows.

Família Barmeno BQ
Títulos em materiais institucionais e comunicação

Aa

Barmeno BQ Regular

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation

Barmeno BQ Medium

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ulla-

Barmeno BQ Bold

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nos-

Família Tahoma
Texto corrido em material institucional e comunicação

Aa

Tahoma Regular

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nos-

Tahoma Bold

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad

Família Frutiger
Texto corrido em material institucional e comunicação

Aa

Frutiger Light

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud

Frutiger Italic

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam,

FrutigerBlack

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad

A fim de preservar a percepção da identidade do CFM e dos CRMs bem como sua integridade e consistência visual, fica vetada qualquer mudança no logotipo.

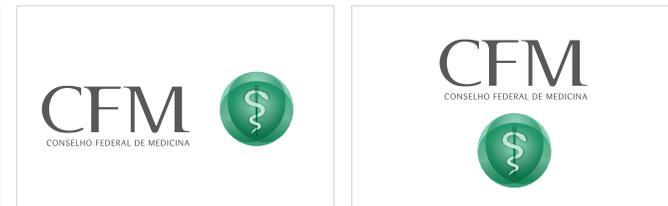
Qualquer alteração em seu desenho, proporção e cor; qualquer aplicação que prejudique sua perfeita visualização e compreensão devem ser evitadas e inibidas.

Acréscimos de elementos modais como sombras, degradês, brilhos e volumes ao logotipo também acabam por alterar seu desenho e sua percepção, devendo ser rigorosamente evitados.

Mudanças na proporção dos elementos



Mudanças na posição dos elementos



Distorções



Mudanças de perspectiva ou acréscimo de elementos



Invasão da área de resguardo



Falta de contraste para o logotipo



Mudanças nas cores do logotipo



Uso direto sobre fundos ruidosos



The background is a solid teal color. It features three overlapping, curved, semi-transparent shapes in varying shades of teal, creating a layered, wave-like effect. The shapes are positioned in the upper and middle portions of the frame, leaving the lower right corner clear for text.

Exemplos de Aplicações

O correto uso da papeleria institucional da CFM contribui para veicular a imagem de unidade em seu discurso.

O cartão de visitas é o primeiro contato dos clientes e fornecedores com a identidade da CFM.

Alguns exemplos de uso da logomarca do CFM em produtos de papeleria podem ser vistos ao lado.



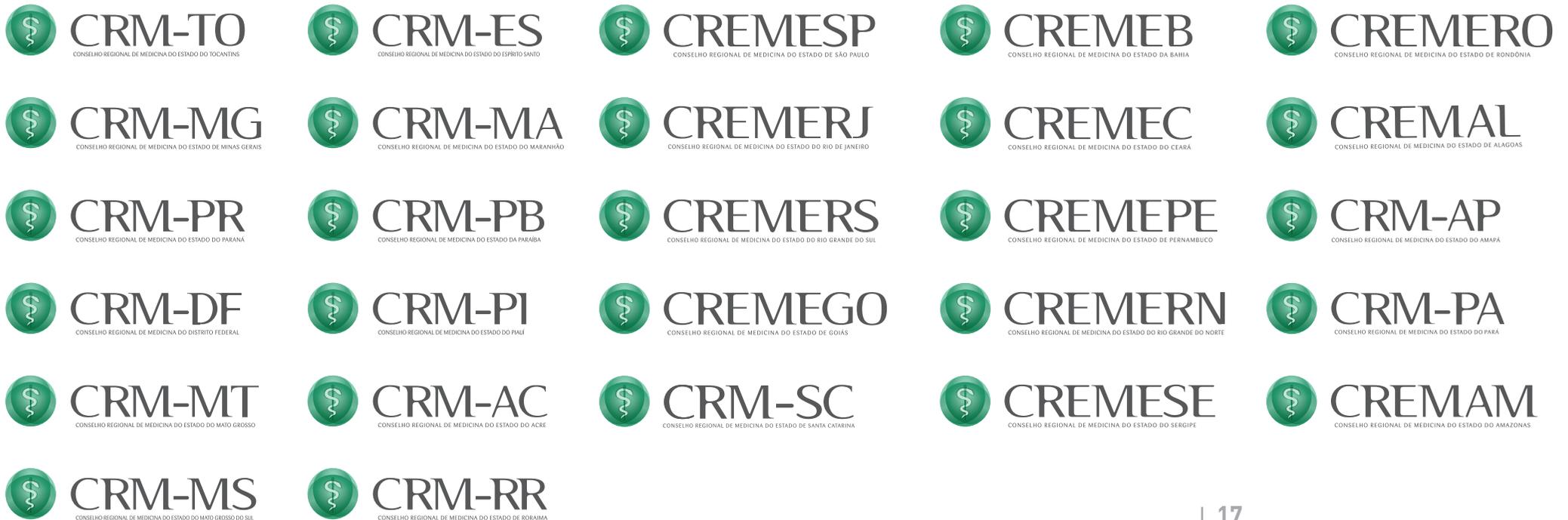




Expansão do Sistema

A nova identidade visual do Conselho Federal de Medicina também se desdobra em seus 27 Conselhos Regionais. Essa relação se estabelece de modo estruturado por uma estratégia de Arquitetura de Marcas, a disciplina que organiza e estabelece hierarquias no portfólio de marcas da organização, visando atender a diretriz de fortalecimento constante do sistema.

O modelo de arquitetura utilizado é o Monolítico, no qual todas as submarcas possuem as características visuais da marca-mãe.





Regionais

 CRM-TO CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO TOCANTINS	 CRM-ES CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO	 CREMESP CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE SÃO PAULO	 CREMEB CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DA BAHIA	 CREMERO CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE RONDÔNIA
 CRM-MG CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS	 CRM-MA CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO MARANHÃO	 CREMERJ CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO	 CREMEC CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO CEARÁ	 CREMAL CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE ALAGOAS
 CRM-PR CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ	 CRM-PB CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DA PARAÍBA	 CREMERS CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL	 CREMEPE CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE PERNAMBUCO	 CRM-AP CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO AMAPÁ
 CRM-DF CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO DISTRITO FEDERAL	 CRM-PI CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PIAUÍ	 CREMEGO CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE GOIÁS	 CREMERN CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE	 CRM-PA CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARÁ
 CRM-MT CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO MATO GROSSO	 CRM-AC CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO ACRE	 CRM-SC CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE SANTA CATARINA	 CREMESE CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO SERGIPE	 CREMAM CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO AMAZONAS
 CRM-MS CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO MATO GROSSO DO SUL	 CRM-RR CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE RORAIMA			

A correta proporção entre símbolo e tipograma bem como seu posicionamento preciso são imprescindíveis para a leitura do logotipo em todo seu potencial comunicativo.

Use os regramentos ao lado para conferência e em casos em que haja necessidade de montagem.

No final deste manual há uma seção onde você pode fazer o download das versões completas dos logotipos em originais digitais.

Para informações sobre outras regras, consulte o capítulo da marca institucional CFM, pois as regras são equivalentes. Essa diretriz se aplica para os itens: variações cromáticas, reduções e reservas, aplicações em fundos de cor, tipografias de apoio e usos indevidos.



As assinaturas conjuntas das regionais são compostas por: marca CFM mais a marca regional, conforme demonstrado abaixo.

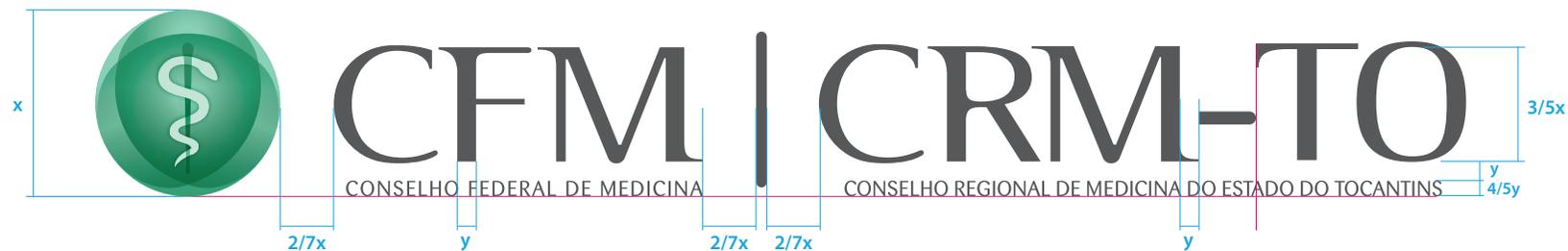


A correta proporção entre símbolo e tipograma bem como seu posicionamento preciso são imprescindíveis para a leitura do logotipo em todo seu potencial comunicativo.

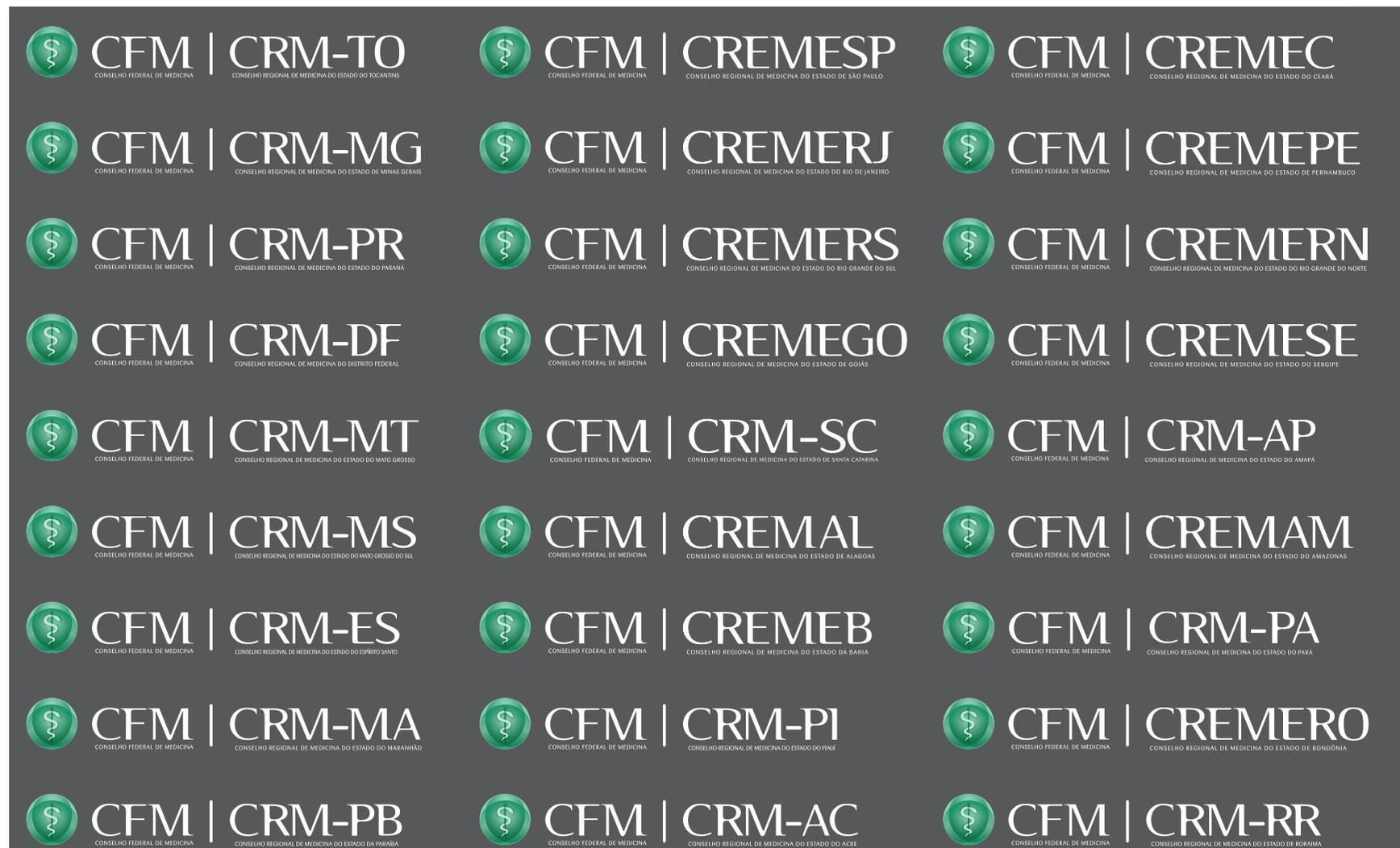
Use os regramentos ao lado para conferência e em casos em que haja necessidade de montagem.

No final deste manual há uma seção onde você pode fazer o download das versões completas dos logotipos em originais digitais.

Para informações sobre outras regras, consulte o capítulo da marca institucional CFM, pois as regras são equivalentes. Essa diretriz se aplica para os itens: variações cromáticas, reduções e reservas, aplicações em fundos de cor, tipografias de apoio e usos indevidos.



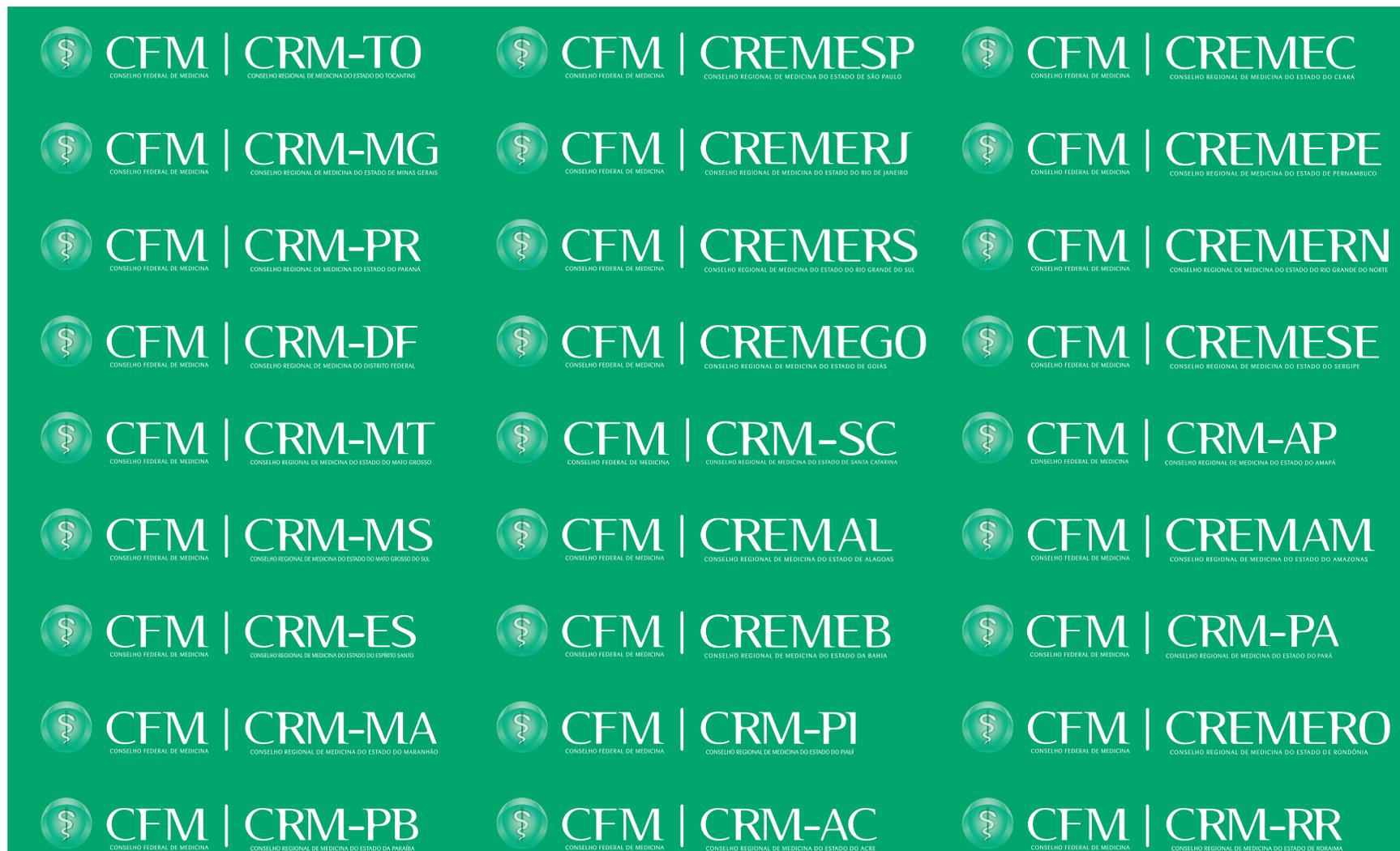
As assinaturas conjuntas das regionais são compostas por: marca CFM mais a marca regional, conforme demonstrado abaixo.



As assinaturas conjuntas das regionais são compostas por: marca CFM mais a marca regional, conforme demonstrado abaixo.



As assinaturas conjuntas das regionais são compostas por: marca CFM mais a marca regional, conforme demonstrado abaixo.



As assinaturas conjuntas das regionais são compostas por: marca CFM mais a marca regional, conforme demonstrado abaixo.



As assinaturas conjuntas das regionais são compostas por: marca CFM mais a marca regional, conforme demonstrado abaixo.



As assinaturas conjuntas das regionais são compostas por: marca CFM mais a marca regional, conforme demonstrado abaixo.



As assinaturas conjuntas das regionais são compostas por: marca CFM mais a marca regional, conforme demonstrado abaixo.



Downloads

Logotipo CFM.....	A
Logotipos Regionais	B
Logotipos Assinatura Conjunta	C

logotipo CFM

Clique no ícone do espaço de cor para baixar a versão desejada (pantone, cromia, rgb e preto)

A

01. Preferencial



02. Monocromática



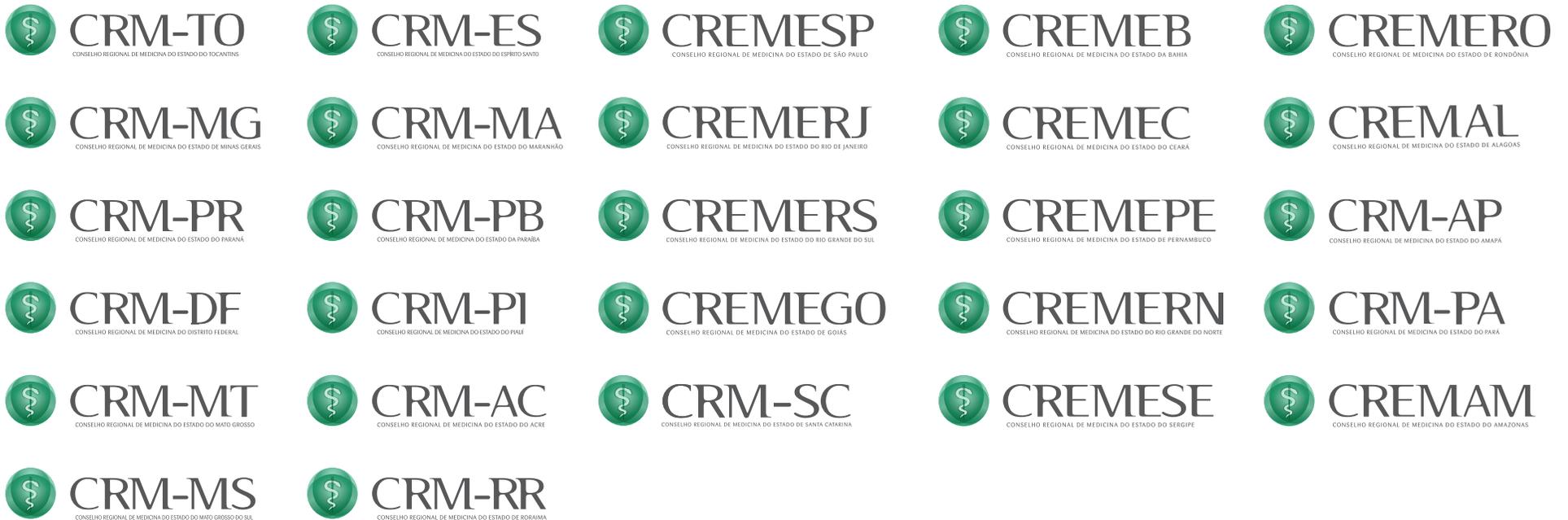
03. Uma cor



logotipos regionais

Clique no ícone do espaço de cor para baixar a versão desejada (pantone, cromia, rgb e preto)

B



01.
Preferencial



02.
Monocromática



03.
Uma cor



logotipos assinatura conjunta

Clique no ícone do espaço de cor para baixar a versão desejada (pantone, cromia, rgb e preto)



01.
Preferencial



02.
Monocromática



03.
Uma cor



