



MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

**CONSELHO FEDERAL
DE ODONTOLOGIA**

BRASÍLIA 2014

1

APRESENTAÇÃO

//APRESENTAÇÃO

A concepção da nova marca do Conselho Federal de Odontologia baseou-se em conceitos como coesão, conciliação, ética e saúde bucal. Para traduzir graficamente a missão do CFO como agregador entre os Conselhos Regionais e entre profissionais e pacientes de odontologia, a sigla CFO foi exclusivamente estilizada de forma que as letras coexistissem em unidade e ganhassem fluidez de leitura, do início ao fim. A característica do desenho por meio da utilização de serifas elegantes e com espessamento sólido, buscou preservar valores já consolidados pelo conselho, tais como credibilidade e sobriedade. Sendo assim, o design, apesar de moderno, conserva características estéticas tradicionais, robustas e elegantes.

A fim de garantir ainda mais personalidade e diferenciação para a marca e cumprir o que se espera de uma identidade visual, um sorriso estilizado foi incorporado ao conjunto. Sem cair nos clichês existentes em outras marcas, que representam graficamente o sorriso de forma literal e até mesmo infantil, o desenho elegante e discreto atribuído à marca do CFO é uma tradução gráfica da essência do propósito maior da atuação do CFO: a saúde bucal de todos os brasileiros.

2

MARCA



MARCA CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA



MARCA CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA EM CONJUNTO COM BRASÃO

Marca CFO // Versão colorida

Utilizada para produção de impressos em processo *offset* ou serigrafia.

**Marca CFO // Versão monocromática em positivo**

Utilizada para impressão em *offset* ou serigrafia, mas em apenas uma cor – sem variação tonal. Geralmente em fundo claro ou aplicações de acabamento especial, como *hot stamping*, verniz localizado ou relevo seco.

**Marca CFO // Versão monocromática em negativo**

Em aplicações em que o fundo escuro prejudica a leitura da marca.



Marca CFO em conjunto com o Brasão // Versão colorida

Utilizada para impressão e produção de impressos diversos em processo offset ou serigrafia.

**Marca CFO em conjunto com o Brasão // Versão monocromática em positivo**

Utilizada para impressão em offset ou serigrafia, mas em apenas uma cor – sem variação tonal. Geralmente em fundo claro ou aplicações de acabamento especial, como hot stamping, verniz localizado ou relevo seco.

**Marca CFO em conjunto com o Brasão // Versão monocromática em negativo**

Praticamente os recursos da versão monocromática positiva, neste caso em aplicações em que o fundo é escuro e a marca branca ou clara.

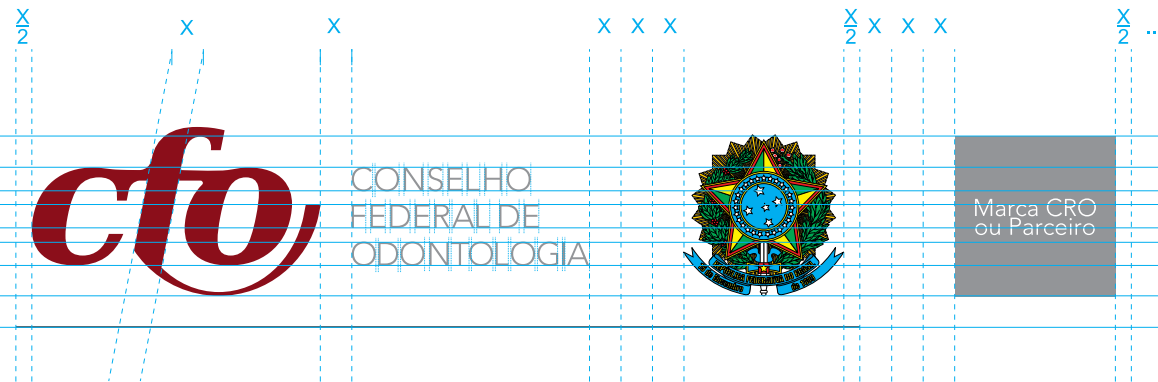


3

ASSINATURAS BÁSICAS



ASSINATURA – MARCA CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA COM CRO OU PARCEIRO



ASSINATURA – MARCA CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA EM CONJUNTO COM BRASÃO E CRO OU PARCEIRO

4

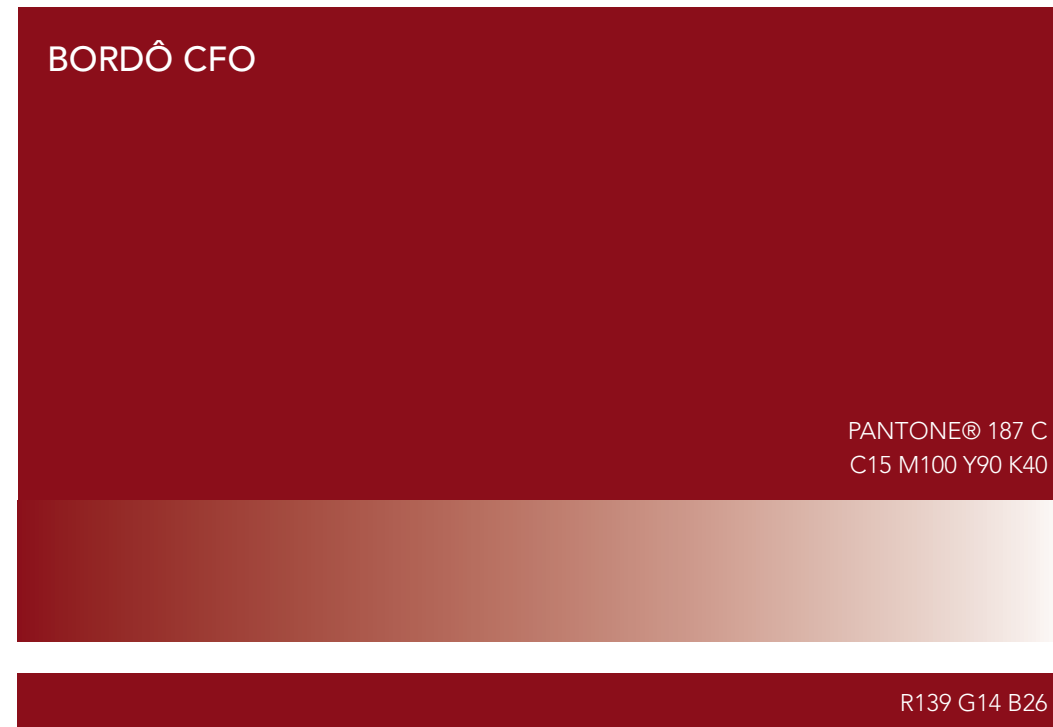
PADRÃO
DE CORES



Padrão de cores

O padrão de cores CMYK é modelo utilizado pela indústria gráfica em diversos processos de impressão, como: *offset*, para impressão de livros e revistas, e o processo flexográfico, bastante usado para impressão de etiquetas e embalagens. A sigla corresponde às quatro cores básicas do sistema: é **C** para ciano, **M** para magenta, **Y** para yellow (amarelo) e **K** para black (preto).

O padrão RGB é o modelo de cor que descreve cores para dispositivos que emitem luz, como monitores, televisores e telas de celulares. A sigla vem das 3 cores aditivas básicas: **R** para red (vermelho), **G** para green (verde) e **B** para blue (azul).



O padrão PANTONE® é um padrão criado para dar maior padronização e fidelidade de cores para impressão na indústria gráfica. É a utilização de cores "puras" ou sem mistura. No Brasil, é usada como referência para a montagem de cores especiais, inclusive cores metálicas.


É apresentada pelo nome PANTONE + uma numeração de classificação de cor. Ela se apresenta em suportes diversos, como: papel revestido, não revestido, plásticos, etc.

5

TIPOGRAFIA INSTITUCIONAL


AVENIR

Avenir foi originalmente lançada em 1988, com três pesos, cada um com uma versão romana e oblíquos, todos utilizando o peso de dois dígitos de Frutiger e convenções largura para nomes. A família de tipo mais tarde foi expandido para seis pesos, cada um com uma versão romana e oblíqua.




AVENIR LT SDT • 35 LIGHT

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	!	@	#
\$	%	^	&	*	()	_	+	-	=	[]
{	}	\		<	>	?	.	,	/	☒	☒	☒




AVENIR LT SDT • 35 LIGHT OBLIQUE

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	!	@	#
\$	%	^	&	*	()	_	+	-	=	[]
{	}	\		<	>	?	.	,	/	☒	☒	☒



AVENIR LT SDT • 45 BOOK

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	!	@	#
\$	%	^	&	*	()	_	+	-	=	[]
{	}	\		<	>	?	.	,	/	☒	☒	☒



AVENIR LT SDT • 45 BOOK OBLIQUE

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	!	@	#
\$	%	^	&	*	()	_	+	-	=	[]
{	}	\		<	>	?	.	,	/	☒	☒	☒

aA

AVENIR LT SDT • 55 ROMAN

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	!	@	#
\$	%	^	&	*	()	_	+	-	=	[]
{	}	\		<	>	?	.	,	/	☒	☒	☒

aA

AVENIR LT SDT • 65 LIGHT MEDIUM

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	!	@	#
\$	%	^	&	*	()	_	+	-	=	[]
{	}	\		<	>	?	.	,	/	☒	☒	☒

aA

AVENIR LT SDT • 85 HEAVY

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	!	@	#
\$	%	^	&	*	()	_	+	-	=	[]
{	}	\		<	>	?	.	,	/	☒	☒	☒

aA

AVENIR LT SDT • 85 HEAVY OBLIQUE

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	!	@	#
\$	%	^	&	*	()	_	+	-	=	[]
{	}	\		<	>	?	.	,	/	☒	☒	☒

aA

AVENIR LT SDT • 55 OBLIQUE

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	!	@	#
\$	%	^	&	*	()	_	+	-	=	[]
{	}	\		<	>	?	.	,	/	☒	☒	☒

aA

AVENIR LT SDT • 65 MEDIUM OBLIQUE

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	!	@	#
\$	%	^	&	*	()	_	+	-	=	[]
{	}	\		<	>	?	.	,	/	☒	☒	☒

aA

AVENIR LT SDT • 95 BLACK

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	!	@	#
\$	%	^	&	*	()	_	+	-	=	[]
{	}	\		<	>	?	.	,	/	☒	☒	☒

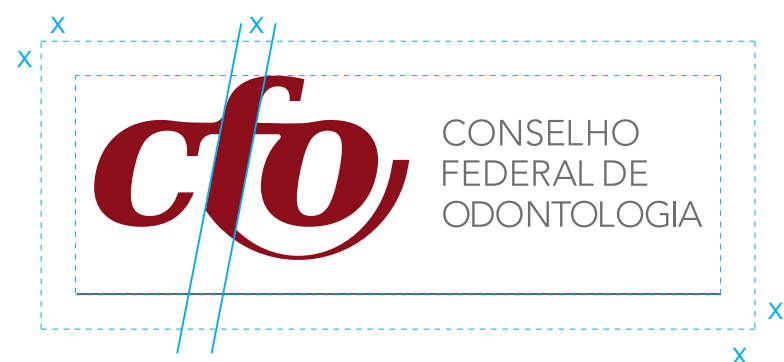
aA

AVENIR LT SDT • 95 BLACK OBLIQUE

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	!	@	#
\$	%	^	&	*	()	_	+	-	=	[]
{	}	\		<	>	?	.	,	/	☒	☒	☒

6

ÁREA DE NÃO
INTERFERÊNCIA
OU DE PROTEÇÃO



MARCA // ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA



MARCA EM CONJUNTO COM O BRASÃO // ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA

7

USOS NÃO
PERMITIDOS



Não alterar as cores dos elementos da marca



Não distorcer a proporção dos elementos



Não alterar as cores dos elementos da marca, mesmo com as cores padrão



Evitar aplicar a marca sobre fundos com textura que prejudiquem a leitura



Não alterar o tratamento de linha dos elementos da marca



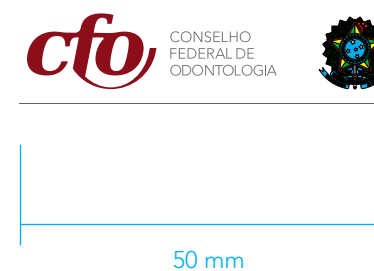
Não utilizar outra tipografia, mesmo que semelhante à padrão

8

REDUÇÃO
MÍNIMA DA
MARCA

Com o objetivo de proteger a integridade, legibilidade e impacto da marca, foram definidas dimensões mínimas para a aplicação. A utilização da marca em dimensões menores às descritas abaixo devem ser evitadas.

A unidade de medida utilizada para impressos é o milímetro (mm).



9

REFERÊNCIAS DE APLICAÇÃO (SIMULAÇÕES)

Cartão de Visitas

Formato 95x55cm
4/0 cores



Papel de Cartas

Formato A4
4/0 cores



Envelope Ofício

Formato 23x11cm
4/0 cores



Crachá Funcional

Simulação



Tela para
Apresentação

Simulação

Bloco
de Notas

Simulação



Exemplos de aplicação da marca em suportes diversos

Simulação



Conteúdo do CD-Rom



Esta mídia contém os arquivos necessários para impressão gráfica e aplicação em eletrônica da marca e papeleria institucional. Além de cópia deste manual em Adobe Acrobat (.pdf).

ORIENTAÇÃO SOBRE OS FORMATOS DE ARQUIVO:

- » **Arquivos .ai:** Pode ser aberto no software Adobe Illustrator ou importado no CorelDraw.
- » **Arquivos .eps:** (PostScript Encapsulado) pode ser aberto no software Adobe Illustrator ou importado no CorelDraw.
- » **Arquivos .pdf:** (Adobe Acrobat) arquivo fechado, mas pode ser editado no Adobe Illustrator.
- » **Arquivos .indd:** (Adobe Indesign) arquivo aberto, pode ser editado no Adobe Indesign.
- » **Arquivos .tif:** (Arquivo de imagem) pode ser aberto em qualquer editor de imagem ou importado para programas gráficos diversos. Geralmente utilizados para impressão em gráfica ou fornecedores que utilizem a mesma tecnologia.
- » **Arquivos .jpg:** (Arquivo de imagem): pode ser aberto em qualquer editor de imagem ou importado para programas gráficos diversos. Geralmente utilizado para comunicação digital (websites e apresentações), pois possuem redução no tamanho do arquivo e padrão de cor em RGB.

CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA - CFO

SHC-AO-SUL-EA-02/08-LOTE 05

ED. TERRAÇO SHOPPING, TORRE A, SALA 207, OCTOGONAL • BRASÍLIA-DF • CEP 70.660-020

E-mail: cfo@cfo.org.br / Site: www.cfo.org.br