

# CARDIODERMA

DERMATOLOGIA E CARDIOLOGIA

**Manual de Identidade Visual**

Universidade Federal de Uberlândia  
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design  
Curso de Design

## **DESIGN GRÁFICO AMBIENTAL: CLÍNICA CARDIO-DERMATOLÓGICA**

Parte do Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Design apresentado à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design, da Universidade Federal de Uberlândia.

Aluna: Giovanna Coluccio da Costa Gomes  
Matrícula: 11611DIT040  
Orientador(a): Profa. Dra. Cristiane Alcântara

Membros da banca:  
Adriana Retamal  
Juscelino Humberto Cunha Machado Junior

Uberlândia/MG

# Sumário:

Apresentação.....	4
Cores.....	5
Família Tipográfica.....	6
Arejamento da Marca.....	7
Redução da Marca.....	8
Marca em Negativo.....	9
Aplicação.....	10



# Apresentação:

A marca Cardioderma é fruto de um processo de redesign do Centro Córdio-Dermatológico (CCD), onde atendem um cardiologista geriatra e uma dermatologista, assim a faixa etária do público da clínica oscila entre 15 a 70 anos de idade.

O público é composto de pessoas saudáveis ou não que buscam saúde e de pessoas que buscam cuidados estéticos através da dermatologia.

A marca conta agora com um nome que une as duas especialidades de forma inerente, trazendo o conceito de simbiose e remetendo à ideia de que a pele reveste o coração, que por sua vez dá saúde a ela.

Entendendo essa dinâmica de que a cardiologia cuida do interno e a dermatologia cuida do externo o conceito central do branding é "saúde de dentro para fora".

CARDIODERMA  
DERMATOLOGIA E CARDIOLOGIA

# Cores:

Para trazer a ideia de saúde, foi escolhida uma cor que remete à vida, esperança e tranquilidade.

O verde escolhido em tom suave tem a intenção de relaxar os pacientes, acolhendo-os com sobriedade em um espaço de saúde. O branco também compõe a Identidade Visual da marca através do contraste.



#7DC665

H: 104  
S: 48  
B: 77

R: 125  
G: 198  
B: 101

C: 51  
M: 0  
Y: 63  
K: 0



#7DC665

H: 104  
S: 0  
B: 100

R: 255  
G: 255  
B: 255

C: 0  
M: 0  
Y: 0  
K: 0

# Família Tipográfica:

O logo, basicamente tipográfico, conta com a fonte Break por sua elegância e interessante mancha gráfica na qual o fundo entra na tipografia, inclusive seu desenho compõe o símbolo da marca. Roboto foi a tipografia utilizada na assinatura da marca e escolhida para identidade visual pois, não tendo serifa, mantém um tom de casualidade, neutralidade e elegância na forma .

Break Regular:

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 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Roboto 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 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

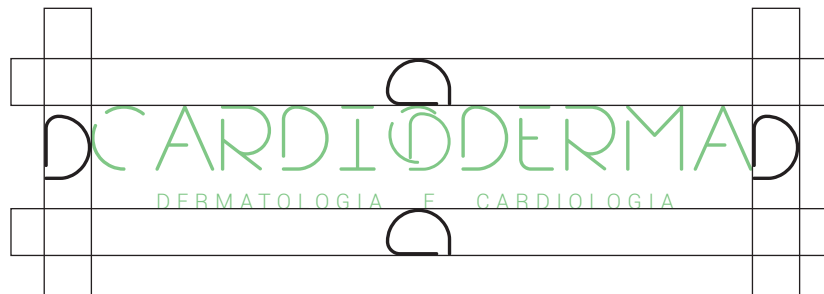
Roboto Bold

**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 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

# Arejamento da Marca:

Deve ser resguardado um espaço ao redor da marca, livre de interferência de outros elementos gráficos para preservar sua integridade e legibilidade. A este espaço atribuímos o nome de arejamento.

O espaço mínimo recomendado de arejamento da marca é igual a largura da letra "D" do logo Cardiodema.



# Redução da Marca:

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. Contudo, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução obtida. Indica-se que a marca seja reduzida não mais que 1 cm de altura.

CARDIODERMA  
DERMATOLOGIA E CARDIOLOGIA

1cm | CARDIODERMA  
DERMATOLOGIA E CARDIOLOGIA



# Marca em Negativo:

Deve-se sempre dar preferência ao uso da marca nas cores institucionais em fundo branco.

No entanto, ela também poderá ser utilizada em negativo.



CARDIODERMA  
DERMATOLOGIA E CARDIOLOGIA

# Aplicação:

Aplicação da identidade em cartão de visita e caneca:

