DR. ATANAVE FABRÍCIO DE LIMA

Manual de *marca*



MÉDICO
CRM-SP 182.284

CONSULTÓRIO
São Bernardo do Campo · SP

EDIÇÃO
01 · Setembro de 2026

DESENVOLVIDO POR
Venturi Solutions

MANUAL DE MARCA

Sumário

Cada versão da marca vem com a sua aplicação padrão logo em seguida: onde ela entra, em que material e em que tamanho. Na dúvida, siga o manual; se ele não responder, consulte a Venturi antes de produzir.

A MARCA E ONDE SE APLICA

01 Essência 03
02 Assinatura principal 05
03 Assinatura reduzida 09
04 Assinatura secundária 11
05 Símbolo principal 13
06 Símbolo secundário 15
07 Ilustração de marca 17

REGRAS

08 Construção e proteção 20
09 Tamanhos mínimos 22
10 Versões de cor 23
11 Usos incorretos 24

SISTEMA VISUAL

12 Paleta 25
13 Tipografia 27
14 Padrão gráfico 30
15 Tom de voz 31
16 Instagram 33
17 Conformidade CFM 35
18 Arquivos 37

01

ESSÊNCIA

Ciência e cuidado, *no mesmo gesto*

Metade *cérebro*, desenhado com a precisão de quem estuda o sistema nervoso. Metade *folha*, que fala de tempo, de cuidado e de tratamento que respeita o ritmo de cada paciente.

Nenhuma das duas metades funciona sozinha. Só a técnica vira frieza; só o acolhimento vira promessa vazia. A marca existe no encontro das duas — por isso o símbolo é literalmente dividido ao meio, e literalmente inteiro.

A paleta segue a mesma ideia. O azul-marinho é a seriedade da medicina. O oliva é a natureza, o crescimento e a calma. O papel quente é o espaço em volta: consulta sem pressa.



METADE CÉREBRO · METADE FOLHA

ESSÊNCIA · PILARES

Três atitudes que a marca *repete*

i. **Rigor**

Informação correta, linguagem precisa, nenhuma promessa que a medicina não possa cumprir.

ii. **Escuta**

Consulta com tempo para contar a história inteira. A marca fala baixo e com clareza.

iii. **Cuidado**

Tratamento que respeita o ritmo de cada paciente e envolve a família quando faz sentido.

02

ASSINATURA PRINCIPAL

A marca em sua *forma completa*

Versão preferencial, usada sempre que houver espaço e em toda peça que se apresenta sozinha. Reúne o símbolo, o nome e a identificação profissional exigida pelo Conselho Federal de Medicina.



SÍMBOLO

Cérebro e folha, em duas cores. Sempre à esquerda.

NOME

"Dr. Atanave", em Source Serif 4 SemiBold, convertido em curvas.

IDENTIFICAÇÃO

"MÉDICO · CRM-SP 182.284", em Jost Medium, justificada na largura do nome.

NEGATIVA

Sobre azul-marinho

Para fundos em navy ou fotografias escuras.



UMA COR

Gravação, bordado e uma tinta

Quando a produção limita as cores. As seis versões estão na página 23.



02

ASSINATURA PRINCIPAL · APLICAÇÃO PADRÃO

Papelaria e *consultório*

A assinatura principal é a de toda peça que se apresenta sozinha: cartão, papel timbrado, envelope, placa.



CARTÃO DE VISITA

Frente com a assinatura principal · 90 × 50 mm



PAPEL TIMBRADO E ENVELOPE

Canto superior esquerdo



PLACA DE PORTA

Metal escovado



RECEPÇÃO
Letras em relevo na parede



JALECO
Bordado no peito



PASTA DE EXAMES
Versão negativa sobre navy



CARTÃO DE RETORNO
Data e horário à mão



SITE NO COMPUTADOR
Cabeçalho da página inicial

03

ASSINATURA REDUZIDA

Para quando o espaço é pequeno

Sem a linha de identificação e com o nome maior. Abaixo de 64 mm de largura ou em cabeçalhos estreitos de tela.





Regra de uso: a reduzida nunca aparece sozinha. Nome, CRM e a palavra MÉDICO precisam estar em outro ponto legível da mesma peça.

03

ASSINATURA REDUZIDA · APLICAÇÃO PADRÃO

E-mail e *celular*

A assinatura de e-mail ao lado é o arquivo real, pronto para colar no Gmail. Fontes trocadas por Georgia e Arial, que todo computador tem.

De: Dr. Atanave <atanavefabricio@gmail.com>
Assunto: Orientações da consulta

Bom dia! Conforme conversamos, seguem as orientações por escrito.

Qualquer dúvida, é só responder este e-mail.

Dr. Atanave

Dr. Atanave Fabrício de Lima
MÉDICO · CRM-SP 182.284

atanavefabricio@gmail.com · @atanavefabricio
São Bernardo do Campo · SP



SITE NO CELULAR
Cabeçalho com a reduzida; identificação no rodapé

04

ASSINATURA SECUNDÁRIA

Vertical, com o *nome completo*

Para formatos mais altos que largos, ou onde o nome completo é necessário: crachá, receituário, capa de documento, rodapé centralizado.

Tem símbolo próprio — o **cérebro aberto**, em traço contínuo.





04

ASSINATURA SECUNDÁRIA · APLICAÇÃO PADRÃO

Documentos *clínicos*

Onde o nome completo importa: receituário, relatórios, crachá. A versão vertical centraliza e dá peso institucional.



RECEITUÁRIO

A5, assinatura centralizada no topo



CAPA DE RELATÓRIO

Resumo da consulta, laudos



CRACHÁ

Nome completo em destaque

05

SÍMBOLO PRINCIPAL

Cérebro e folha, *sem palavras*

Cheio e em duas cores, carrega o conceito inteiro da marca. Aparece sozinho quando o nome já está em outro ponto da peça — ou quando o contexto identifica, como na foto de perfil de uma conta que leva o nome.



POSITIVO

Sobre fundos claros

Navy e oliva sobre papel.

— Verso do cartão de visita

— Caderno e sacola

— Padrão gráfico



NEGATIVO

Sobre azul-marinho

Papel e oliva claro.

— Foto de perfil do Instagram

— Foto do WhatsApp e do Google

— Rodapé dos posts

05

SÍMBOLO PRINCIPAL · APLICAÇÃO PADRÃO

Perfil e *brindes*

Em tamanho pequeno, sobre navy, o símbolo vira a assinatura visual das redes — Instagram, WhatsApp e Google usam o mesmo arquivo.



PERFIL DO INSTAGRAM
Foto de perfil e capas de destaque

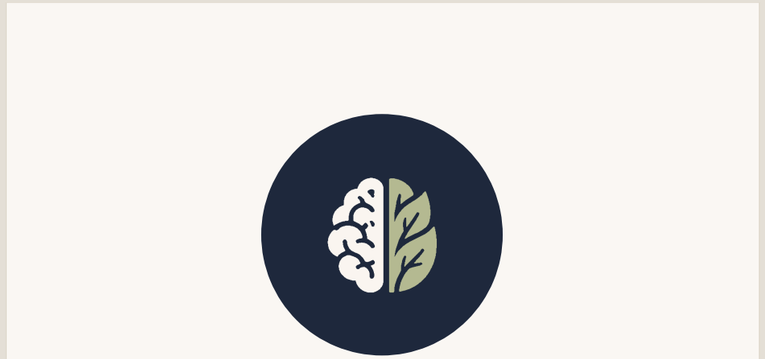


FOTO DE PERFIL
Arquivo real · 1080 × 1080



BRINDES
Sacola e caderno

06

SÍMBOLO SECUNDÁRIO

Cérebro aberto, *feito para o pequeno*

Monolinear e de traço grosso, é o que melhor sobrevive em tamanho muito pequeno e em processos de uma cor só — gravação, carimbo, relevo. É o ícone do site.



POSITIVO

Sobre fundos claros

Traço navy, ponto oliva.

- Carimbo
- Gravação a laser
- Bordado pequeno



NEGATIVO

Sobre azul-marinho

Base do favicon e dos ícones de app.

- Favicon do site (16 px)
- Ícone no iPhone e no Android
- Capa de destaque “Sobre”

06

SÍMBOLO SECUNDÁRIO · APLICAÇÃO PADRÃO

Favicon, carimbo e *gravação*

O favicon e os ícones de app ao lado estão em tamanho real, gerados a partir dos arquivos finais.



CARIMBO

Uma tinta, com nome e CRM





GRAVAÇÃO A LASER

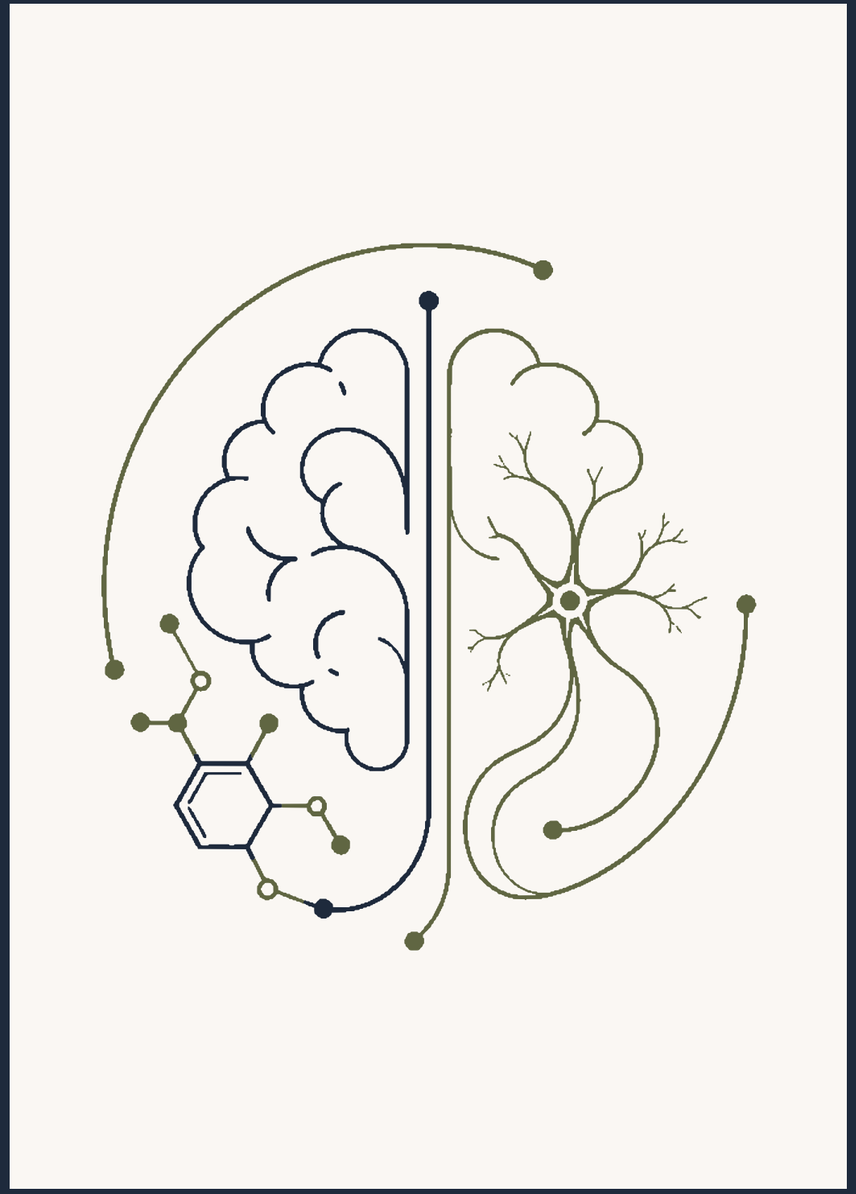
Porta-cartões em metal

07

ILUSTRAÇÃO DE MARCA

A arte que *conta a história* inteira

Cérebro, neurônio e molécula dentro de um arco aberto. É o elemento mais rico da identidade — e por isso mesmo não é logotipo: é ilustração, para peças com espaço e tempo de leitura.



ONDE USAR

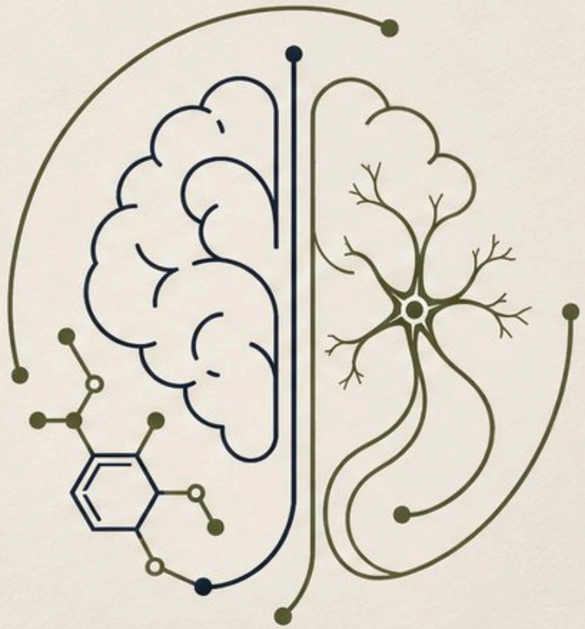
- ✓ Quadro no consultório e na recepção
- ✓ Capa de relatório, pasta de exames e apresentação
- ✓ Fundo de post educativo, com espaço livre
- ✓ Marca d'água em 10–16% de opacidade
- ✗ Nunca como substituta do logotipo
- ✗ Nunca abaixo de 60 mm — o traço fino some



07 · ILUSTRAÇÃO APLICADA

Quadro no consultório

O que causa a enxaqueca?



“Cuidar do cérebro é cuidar da sua qualidade de vida.”

07 · ILUSTRAÇÃO APLICADA

Como post e como marca d’água

08

CONSTRUÇÃO

Tudo é medido pela *altura do símbolo*

A unidade de construção é **x**, a altura do símbolo. Todas as distâncias são frações de x — por isso a marca mantém as proporções em qualquer tamanho.



Símbolo → filete

0,17x de distância. O filete tem 0,018x de espessura e 0,86x de altura.

Filete → nome

0,20x. O nome ocupa 0,50x de corpo; a identificação, 0,108x.

Identificação justificada

O espaçamento das letras é calculado para a linha ter exatamente a largura do nome.

08

ÁREA DE PROTEÇÃO

Espaço para a marca *respirar*

Nenhum texto, imagem ou borda pode invadir a área hachurada. Ela equivale a **metade da altura do símbolo** em cada lado, contada a partir do limite visível da marca.

Quanto mais espaço livre, mais a marca parece segura. A área de proteção é o mínimo, não o ideal.



09

TAMANHOS MÍNIMOS

Abaixo disso, *a marca deixa de ser lida*

Limites calculados nos arquivos finais, pela altura real das letras. Na assinatura principal, o que manda é a linha de identificação: abaixo de **64 mm** ela fica ilegível — e ela é obrigatória.

	VERSÃO	IMPRESSO	DIGITAL	CRITÉRIO
	Assinatura principal	64 mm	373 px	Maiúsculas da identificação com 1,2 mm / 7 px
	Assinatura reduzida	37 mm	178 px	Símbolo com 8 mm / 38 px de largura
	Assinatura secundária	52 mm	301 px	Linha do CRM com 1,2 mm / 7 px
	Símbolo principal	8 mm	38 px	Sulcos e nervuras ainda visíveis
	Símbolo secundário	6 mm	16 px	Traço contínuo sobrevive ao favicon

Medidas de largura total da peça.

A reduzida não dispensa a identificação. Pela Resolução CFM nº 2.336/2023, a peça precisa trazer nome, CRM e a palavra MÉDICO. Com a reduzida, essa informação vai para outro ponto legível da peça.

10

VERSÕES DE COR

Uma marca, *seis tintas*

A positiva é a preferencial. As monocromáticas existem para quando a produção limita as cores — carimbo, gravação, bordado de uma cor, impressão em preto.



Positiva
Preferencial. Fundos claros.



Negativa
Fundo azul-marinho.



Monocromática navy
Impressão em uma cor.



Monocromática oliva
Peças institucionais suaves.



Monocromática branca
Sobre oliva ou foto escura.



Monocromática preta
Fax, carimbo, fotocópia.

11

USOS INCORRETOS

O que *nunca* fazer

A marca só funciona se for sempre igual. Cada alteração abaixo enfraquece o reconhecimento que o paciente constrói ao longo do tempo.



Distorcer
Nunca esticar ou achatar.



Girar
A marca é sempre horizontal.



Trocar as cores
Só as versões da página 23.



Aplicar efeitos
Sem sombra, brilho ou relevo digital.



Pouco contraste
Oliva sobre oliva não se lê.



Fundo poluído
Sobre foto, usar área limpa.



Transparência
A marca é sempre sólida.



Recompor
Não trocar fonte nem ordem.

12

PALETA · PRINCIPAL

Três cores *principais*

Os valores CMYK foram convertidos com perfil de cor real — **FOGRA39** para papel couché e **FOGRA29** para papel offset — e não por fórmula simples, que entregaria à gráfica um azul lavado.

Papel

HEX	#FAF7F3
RGB	250 · 247 · 243
CMYK COUCHÉ	2 · 4 · 5 · 0
CMYK OFFSET	2 · 4 · 5 · 0

Navy

HEX	#1E2A3C
RGB	30 · 42 · 60
CMYK COUCHÉ	100 · 85 · 48 · 63
CMYK OFFSET	98 · 70 · 44 · 87

Oliva

HEX	#606642
RGB	96 · 102 · 66
CMYK COUCHÉ	60 · 42 · 80 · 36
CMYK OFFSET	70 · 49 · 100 · 35

12

PALETA · APOIO E PROPORÇÃO

Três cores *de apoio*

O oliva claro dá detalhe sobre o navy. A areia cria fundos secundários. O grafite é a cor do texto corrido.

A proporção ao lado é a medida da marca: muito papel, navy como estrutura, oliva como assinatura.

Oliva claro

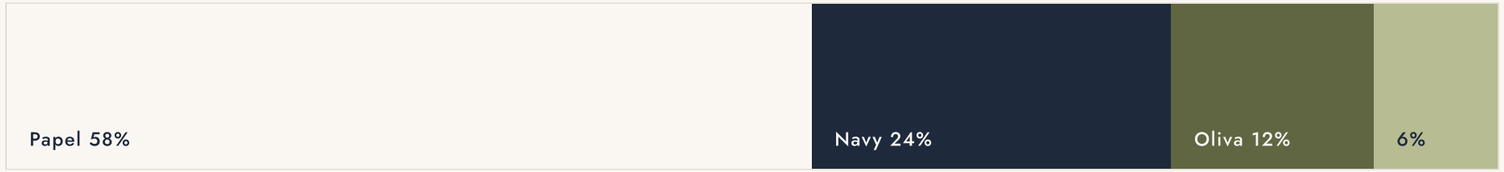
HEX	#B7BC93
RGB	183 · 188 · 147
CMYK COUCHÉ	33 · 18 · 49 · 3
CMYK OFFSET	32 · 18 · 50 · 0

Areia

HEX	#E4DFD6
RGB	228 · 223 · 214
CMYK COUCHÉ	12 · 12 · 17 · 0
CMYK OFFSET	12 · 11 · 15 · 0

Grafite

HEX	#26303D
USO	texto corrido
CONTRASTE	12,5 : 1 sobre papel



Pantone: a correspondência exata depende do guia físico e do papel. Na primeira produção, peça à gráfica que case as cores com o Pantone Formula Guide a partir dos valores HEX, e registre os códigos aprovados em prova impressa.

Aa

Fonte principal · nome da marca, títulos, textos longos e citações

13

TIPOGRAFIA · PRINCIPAL

Source Serif 4

Serifa de leitura longa, com tamanho óptico. Google Fonts, licença **SIL Open Font License**: uso comercial livre, sem custo.

Light	300
Regular	400
Itálico	400
SemiBold	600 · MARCA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 áéíóú ãõ ç

13

TIPOGRAFIA · APOIO

Jost

Geométrica e limpa, organiza a informação sem competir com a serifa. Google Fonts, licença **SIL Open Font License**.



Fonte de apoio · identificação, rótulos, menus, botões e interface

Light	300
Regular	400
Medium	500 · IDENTIFICAÇÃO
SemiBold	600 · NOME COMPLETO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 áéíóú ãõ ç

13

TIPOGRAFIA · HIERARQUIA

As duas fontes *trabalhando juntas*

Serifa para o que se lê; geométrica para o que se localiza. Tamanhos de referência para telas — no impresso, mantenha as proporções.

TÍTULO Source Serif 4 · Light · 56/60	Consulta com tempo para ouvir
SUBTÍTULO Source Serif 4 · Regular · 28/36	Você sai com o plano escrito, e não só explicado
TEXTO Source Serif 4 · Regular · 18/30	Dor de cabeça que volta sempre tem causa. A consulta começa descobrindo qual é a sua — e termina com o que fazer agora e o que observar em casa.
RÓTULO Jost · Medium · 12 · +22%	MÉDICO · CRM-SP 182.284
INTERFACE Jost · Regular · 16/26	Agende sua consulta pelo WhatsApp. A equipe responde com os horários disponíveis.

14

PADRÃO GRÁFICO

O símbolo como *textura*

O símbolo principal, repetido em grade alternada, vira padrão para superfícies grandes: papel de seda, forro de pasta, fundo de apresentação.

Sempre **tom sobre tom** — oliva claro sobre navy, ou areia sobre papel. O padrão é textura, nunca protagonista.



APLICAÇÃO

Papel de seda e caixa de presente



15

TOM DE VOZ

Fala baixo, *fala claro*

A marca escreve como o Dr. Atanave atende: sem pressa, sem jargão e sem prometer o que a medicina não garante. A família do paciente é quem mais lê o site inteiro.

1

Frase curta, palavra comum

"Dor de cabeça" antes de "cefaleia". O termo técnico entra entre parênteses, quando ajuda a pesquisar.

2

Explique o porquê

"Peço esse exame porque quero descartar tal causa" vale mais que "vou pedir uns exames".

3

Nunca prometa resultado

Nem cura, nem alívio garantido, nem "em X sessões". Além de vedado pelo CFM, é o que o paciente aprendeu a desconfiar.

4

Zero sensacionalismo

Sem "o único", "o melhor", "método exclusivo", antes e depois. A autoridade vem da clareza.

5

Fale com a família junto

Escreva como quem explica para o acompanhante também. É ele quem está lendo.

6

Termine com o próximo passo

Todo texto fecha dizendo o que fazer: marcar, observar em casa, trazer os exames antigos.

15

TOM DE VOZ · NA PRÁTICA

Como soa *certo*, como soa errado

À esquerda, o que o mercado costuma escrever. À direita, a mesma ideia na voz da marca — mais concreta, sem superlativo e sem promessa.

NÃO ESCREVA	ESCREVA
~~Especialista em tratar cefaleias crônicas com técnica exclusiva~~	Dor de cabeça que volta sempre tem causa. A consulta começa descobrindo qual é a sua.
~~Atendimento humanizado e diferenciado~~	Consulta com tempo de contar a história inteira.
~~Agende já! Vagas limitadas!~~	Mande uma mensagem contando o que está sentindo.
~~Excelência em medicina~~	Formado no plantão, onde não há tempo para errar.
~~Cuidamos de você~~	O senhor sai daqui sabendo o que fazer amanhã.

16

INSTAGRAM

A marca *na grade*

Fotos, tipografia e as cores da marca se alternando.
Identificação em todos os posts e conteúdo educativo.

BIO

MÉDICO · CRM-SP 182.284
Consulta com tempo para ouvir a história inteira.
📍 São Bernardo do Campo · SP
👇 Agende pelo WhatsApp



Sobre
Quem é e a formação

Agendar
Passo a passo

Onde atendo
Endereço e horários

Dúvidas
Perguntas frequentes

Conteúdos
Posts educativos

Os 9 primeiros *posts*, na ordem de publicação

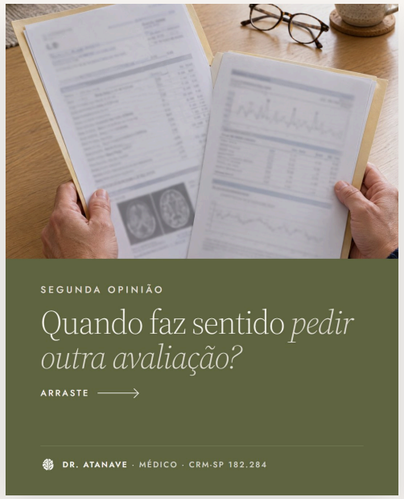
Legendas e lâminas internas dos carrosséis dependem da aprovação do Dr. Atanave antes de publicar.



01 · APRESENTAÇÃO



02 · COMO AGENDAR



03 · SEGUNDA OPINIÃO



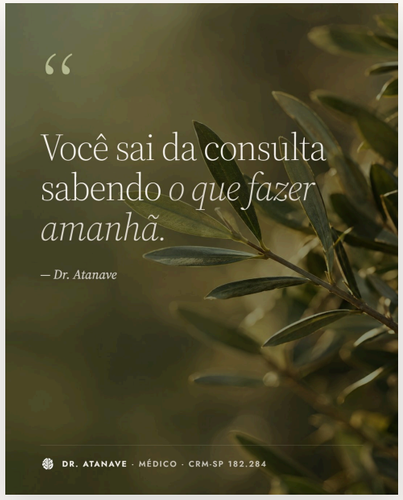
04 · PRESSÃO ALTA



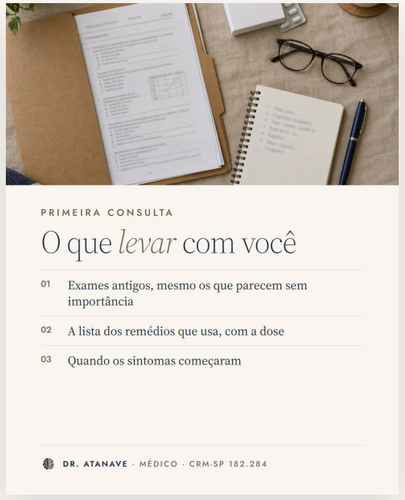
05 · TONTURA



06 · ILUSTRAÇÃO



07 · FRASE



08 · PRIMEIRA CONSULTA



09 · DOR DE CABEÇA

17

CONFORMIDADE · RESOLUÇÃO CFM Nº 2.336/2023

O que a norma *exige*

A publicidade médica tem regras próprias, e quem responde perante o Conselho é o médico. Estes são os pontos que afetam diretamente esta marca.

ART. 4º, INCISO I · OBRIGATÓRIO

Toda peça traz nome, CRM e a palavra MÉDICO

> *"nome, número(s) de registro(s) no(s) CRM(s) onde esteja exercendo a medicina, acompanhados da palavra MÉDICO"*

Por isso a assinatura principal traz **MÉDICO · CRM-SP 182.284** embutido no desenho.

Especialidade só aparece **quando registrada no CRM, com o número do RQE** (inciso II).

ART. 13, §1º, ALÍNEA B · FORMAÇÃO

Diploma revalidado se apresenta de forma específica

> *"com indicação da instituição de ensino superior pela qual colou grau, a data de formatura e o país sede da instituição, acompanhados da instituição de ensino superior que revalidou seu diploma"*

MODELO · COMPLETAR COM O DIPLOMA EM MÃOS

MÉDICO · formado pela Universidad Privada Abierta Latinoamericana (Bolívia) em [data de formatura] · diploma revalidado pela [instituição que revalidou]

17

CONFORMIDADE · RESOLUÇÃO CFM Nº 2.336/2023

O que a norma *proíbe*

Registros de especialidade e de pós-graduação devem ser conferidos no CRM-SP antes de qualquer divulgação. Em caso de dúvida, a norma prevê consulta à Codame do CRM.

ART. 13, §1º, ALÍNEA D · PÓS-GRADUAÇÃO

Pós lato sensu leva "NÃO ESPECIALISTA"

> *"MÉDICO(A) com pós-graduação em (área da pós-graduação), seguido de NÃO ESPECIALISTA, em caixa alta"*

SE A PÓS ESTIVER CADASTRADA NO CRM

MÉDICO com pós-graduação em Neurologia — NÃO ESPECIALISTA

VEDAÇÕES · INCISO I

Sem RQE, não se anuncia tratamento de doença específica

> *"divulgar, quando não especialista, que trata de sistemas orgânicos, órgãos ou doenças específicas, por induzir à confusão com a divulgação de especialidades"*

Permitido: conteúdo educativo sobre enxaqueca, epilepsia ou AVC (Art. 13, III).

Vedado sem RQE: "trato enxaqueca", "tratamento de Parkinson", listas de doenças atendidas.

Este manual não substitui orientação jurídica. Os trechos são transcrições da Resolução CFM nº 2.336/2023, em vigor desde 11 de março de 2024.

18

ARQUIVOS

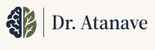
Tudo pronto *para produção*

SVG é o arquivo mestre, com texto em curvas: é o que vai para a gráfica. PNG é para telas. Source Serif 4 e Jost são gratuitas no Google Fonts.



Assinatura principal

SVG · 6 CORES | PNG



Assinatura reduzida

SVG · 6 CORES | PNG



Assinatura secundária

SVG · 6 CORES | PNG



Símbolo principal

SVG · 6 CORES | PNG



Símbolo secundário

SVG · 6 CORES | PNG



Ilustração de marca

SVG | PNG

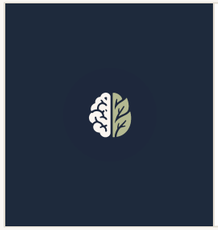


Foto de perfil

PNG 1080 | SVG



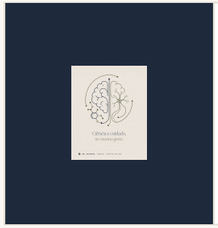
Favicon e ícones de app

ICO | SVG | 180 · 192 · 512



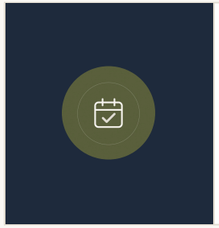
Assinatura de e-mail

HTML | PNG



Instagram · 9 posts

PNG 1080 × 1350



Capas de destaque

PNG 1080 × 1920



Padrão gráfico

SVG TOM SOBRE TOM



ATANAVE FABRÍCIO DE LIMA

MÉDICO

CRM-SP 182.284

Ciência e cuidado, no mesmo gesto.