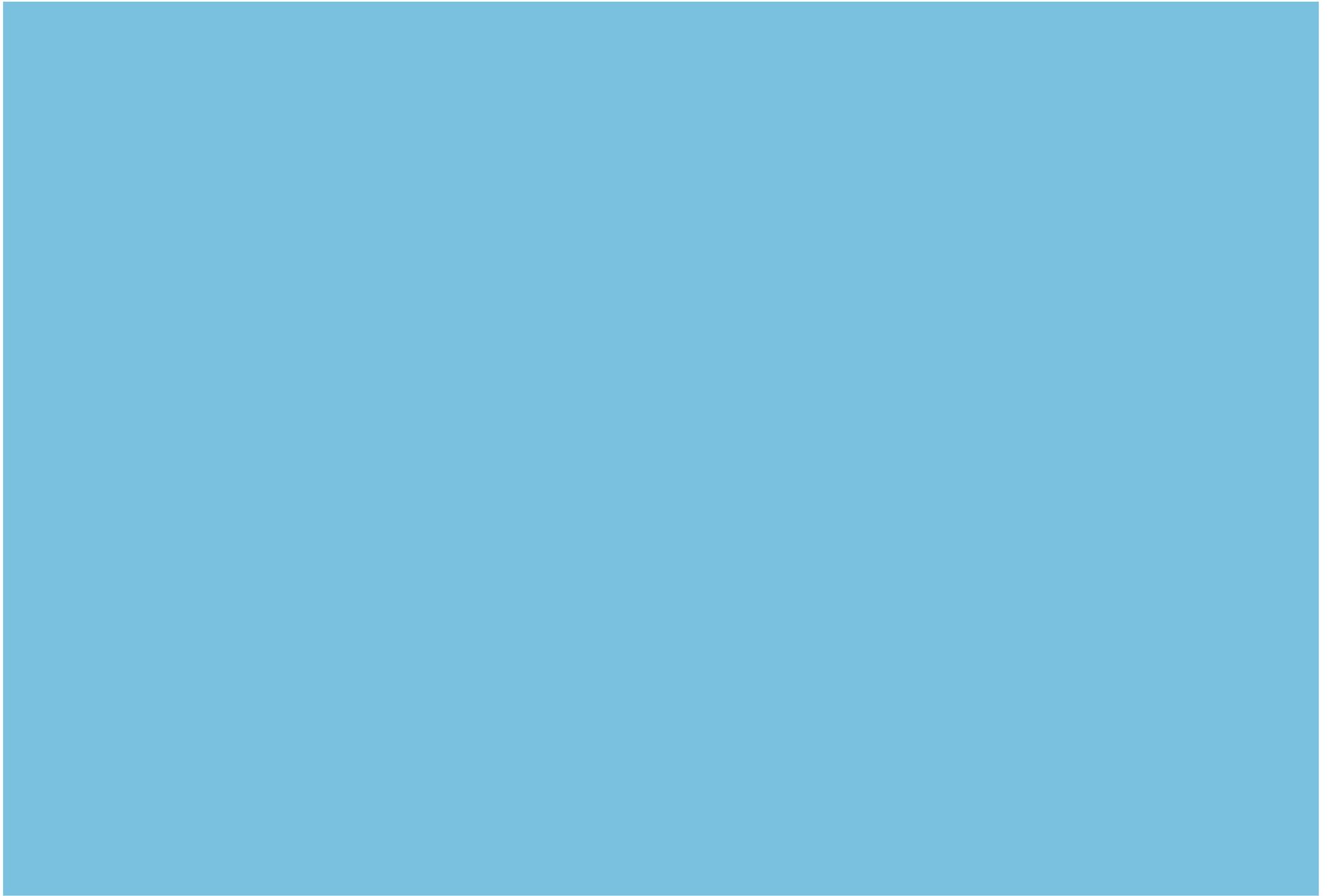




Manual de marca

# Dr. Marcelo Pina

designer: Priscilla Aniger



## Capítulo 1

### Identidade visual

A identidade visual é o que transforma uma marca em um elemento tangível, facilita seu reconhecimento e a diferencia de seus concorrentes. É por meio dela que uma empresa transmite visualmente os seus valores e sua filosofia.

Este é um guia simples elaborado para orientar o uso adequado da marca **Dr. Marcelo Pina** e a aplicação de sua identidade visual.

A marca aqui é entendida como o conjunto conceitual, que engloba elementos e demais aspectos visuais e textuais.

O objetivo deste manual é estabelecer o padrão para a utilização dos ícones dos atributos de qualificação em peças de comunicação, sejam elas impressas ou digitais. Elementos como tipografia, cores e formas, entre outros, necessitam ser bem fixados, para a composição de novos materiais da instituição, essa repetição de elementos gráficos é o que dá uniformidade e aumenta o grau de lembrança da marca. O uso das regras aqui determinadas ajudará a reforçar a comunicação visual da empresa.

## Capítulo 1.1

A cor é um dos principais recursos utilizados por uma marca para se diferenciar de seus concorrentes no mercado e um dos elementos mais importantes da identidade.

Algumas instituições são mais memorizadas por suas cores do que pelo logotipo ou até mesmo símbolo, um grande exemplo disso é o Facebook. O uso das cores não pode ser aleatório, pois as mesmas são capazes de transmitir sensações que podem atrair ou afastar pessoas.

Para Dr. Marcelo Pina a cor principal é a azul, e como secundárias, temos uma tabela de cores que permite uma maior diversidade para aplicações em redes sociais e materiais impressos.

Para aplicações em fundo colorido, deve-se utilizar o logo com fundo branco ou como nos exemplos aqui expostos.

## Paleta de cores



## Capítulo 2

A marca tem o objetivo de transmitir e promover saúde e bem-estar, dando confiança aos produtos diferenciados e causa o impacto da lembrança pelos clientes como uma empresa de referência na área de atuação.

O design aqui aplicado foi o conceito minimalista. Na realidade, a maioria das marcas famosas que você possa imaginar (Uber, Airbnb, Apple, Nike etc.) usam o minimalismo para transmitir sua visão de mundo. Observe como essas marcas são super memoráveis; sua simplicidade é o que os torna tão ressonantes na mente de seus usuários. E-mails que não param de chegar, notificações, pop-ups e uma mentalidade online 24h significam que seu público tem energia e tempo suficiente somente para reter novas informações até que a próxima coisa urgente tire sua concentração.

Em outras palavras, nossos períodos de atenção estão cada vez mais curtos.

Ao invés de unir vários elementos – como várias fontes, cores e formas – o logo minimalista evita detalhes supérfluos extras. Em vez disso, incorporamos um conceito de design fundamental único que pode ser usado em diferentes fundos e mídias. Tornou o logo adaptável a todas as situações.

Afinal, "Less is More", Menos é mais. *Ludwig Mies van der Rohe*

O símbolo aqui criado para a marca, representa a letra MP, o objetivo é que futuramente passe a utilizar apenas o símbolo da marca, fazendo-a fixar na mente do público.

## Logo



DR. MARCELO PINA



DR. MARCELO PINA



## Capítulo 2.2

O cuidado na aplicação de cada um de seus elementos gráficos é fundamental para conferir unidade à comunicação.

Em aplicações que seja necessário assinatura ou materiais em que não seja permitida a aplicação em sua versão principal, deve-se utilizar uma versão possível de aplicação.

O logo aqui apresentado, permite aplicação em diversas mídias.

Ex: Outdoor, capa de celular, revista, papel de parede, entre outros...

Veja aplicações no final do material.

## Versões



DR. MARCELO PINA

Logo

marcelo pina

versão de assinatura



versão com tag



## Capítulo 2.3

A marca é composta do símbolo junto à tipografia.

O tamanho mínimo de redução deve ser seguido a fim de criar uma marca legível.

Para a determinação do tamanho mínimo foi considerada a redução máxima permitida ao logo.

Em caso de impressão, deve ser feito o teste de redução antes da aplicação final.

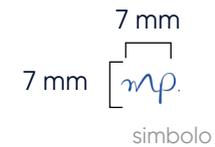
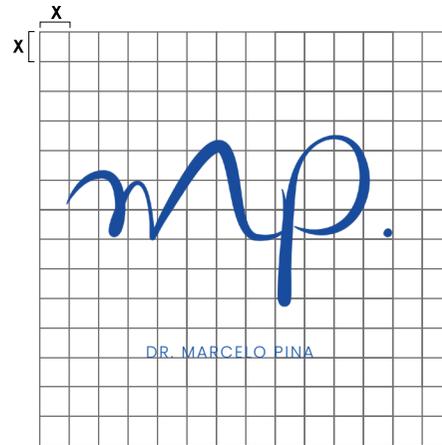
Reduções mínimas:

20mm x 15mm para símbolo com tag

10 mm x 4 mm para assinatura

7 mm x 7 mm para símbolo

## Construção e Redução



## Capítulo 2.4

A área de proteção deve ser sempre respeitada.  
2X equivale a 2 x a letra M do nome Marcelo. Essa medida deve ser considerada de acordo com a proporção do material.

## Área de proteção



## Capítulo 2.5

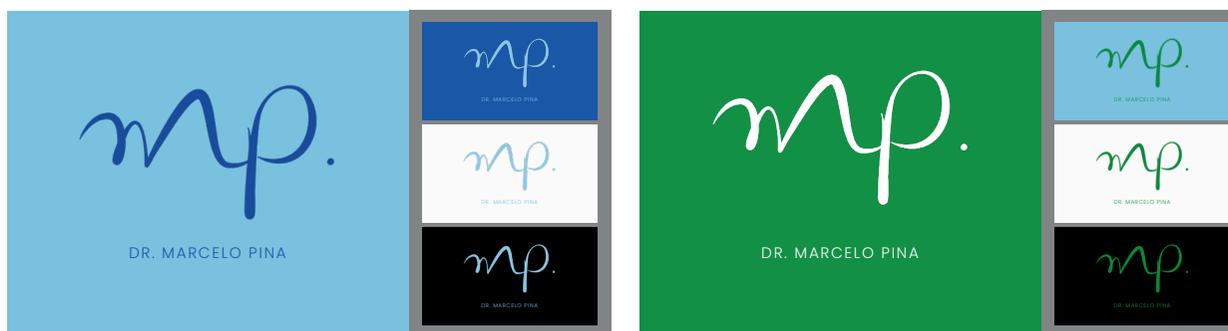
As versões permitem aplicação em hot stamping prata ou dourado, serigrafia, entre outros...

Para aplicações em fundo colorido, deve-se utilizar o logo com fundo branco ou como nos exemplos aqui expostos.

O logo permite que seja feita a alteração de sua cor quando utilizada em eventos ou datas especiais.

Atenção: Para toda e qualquer aplicação deve ser realizado o teste de impressão.

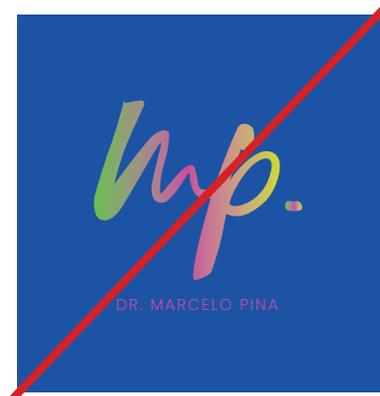
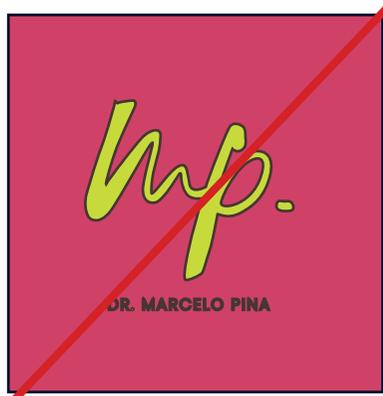
## Versões em cores com uso do box



## Capítulo 2.6

Distorções de cor, de tamanho do box, da posição e rotação de qualquer outro elemento que compõe a marca não são permitidas.

### Uso indevido



## Capítulo 2.7

A aplicação da marca sob áreas com interferência de imagens ou grafismos só é permitida com o uso do box de apoio ou quando a imagem permitir o uso do logo.

Área de proteção deve ser respeitada.

### Uso indevido



## Capítulo 3

A tipografia primária utilizada na palavra Dr. Marcelo Pina é a Poppins. Sua família tipográfica deve ser utilizada para escrita e materiais institucionais (assim como foi utilizado nesse manual da marca).

### Tipografia

#### Poppins-Thin

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

#### Poppins-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

#### Poppins-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  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

#### Poppins-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

#### Poppins-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  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

#### Poppins-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**

*mp.*

Doutor  
Marcelo  
Pina

Emagrecimento  
Hipertrofia  
Performance





*mp.*

*mp.*

Doutor  
Marcelo  
Pina

Engajamento  
Estratégia  
Performance



*mp.*

DR. MARCELO PINA



dhp.

DR. MARCELO PINA

dhp.



*mp.*

DR. MARCELO PINA

mp.

Doutor  
Marcelo  
Pina

Emagrecimento  
Hipertrofia  
Performance

mp.

**Dr. Marcelo Pina**

CRM: 199.871/SP

@ @\_marcelopina\_

☎ 11 98660-0099

marcelosilvadepina@gmail.com



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis.

Sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis.

Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis. Sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis.

Consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis.

Sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis.

Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis. Sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida.



Dr. Marcelo Pina  
marcelosilvade@pina@gmail.com  
CRM: 199.871/SP

Nome: Priscilla Aniger  
Data: 03/09/2021

### Todos os dias

1800 kcal

Esta dieta foi calculada especialmente para você, considerando todos os dados de sua anamnese!

#### Recomendações:

- Respeite AO MÁXIMO os pesos dos alimentos (utilize uma BALANÇA... com o tempo, você fará "no olho")
- Use o MÍNIMO de óleo na preparação! (remova o excesso com papel-toalha)
- Ketchup Zero, Refrigerante Zero, Chá Zero e Gelatina Zero à vontade! (ajudam com a fome/vontade de doce)
- Ingerir quanta ÁGUA for necessária para manter urina bem clara (3-5L)

07:30 - Café da manhã

Pão de Forma (3 Fatiás Médias/2 Fatiás Grandes) ou Pão Francês (1un)  
Maionese Light (1 Colher Sobremesa/16g) ou Margarina light (1 Colher Sobremesa Rasa/13g)  
Ovo Grande Inteiro (2un)  
Pêra (1un) ou Maçã (110g) ou Goiaba (110g) ou Abacaxi (120g) ou Mamão Papaia (150g) ou Melancia (180g) ou Melão (200g) ou Morango (200g) ou Banana (70g)

#### Substituição 1

Pêra (1un) ou Maçã (110g) ou Goiaba (110g) ou Abacaxi (120g) ou Mamão Papaia (150g) ou Melancia (180g) ou Melão (200g) ou Morango (200g) ou Banana (70g)  
Pão de Forma (1,5 Fatiás Médias/1 Fatia Grande) ou Pão Francês (0,5un)  
Bolo de cenoura com cobertura de chocolate (25 Grama)  
Maionese Light (1 Colher Sobremesa/16g) ou Margarina light (1 Colher Sobremesa Rasa/13g)  
Ovo Grande Inteiro (1un)  
Clara de Ovo Grande (2un)

11:00 - Refeição 1

Filé de Peito de Frango (80g Cozido/110g Cru) ou Patinho (65g Cozido/100g Cru) ou Atum (110g Cru) ou Tilápia (140g Cru)  
Brócolis (100g Cozido) ou Couve-Flor (120g Cozida) ou Chuchu (120g Cozido) ou Repolho (110g Cru) ou Cenoura (80g Crua) ou Beterraba (90g Cozida)  
Batata Inglesa (150g Cozida) ou Batata Doce (100g Cozida) ou Abóbora (160g Cozida) ou Feijão (100g Cozido) ou Macarrão (60g Cozido)

14:00 - Refeição 2

Filé de Peito de Frango (80g Cozido/110g Cru) ou Patinho (65g Cozido/100g Cru) ou Atum (110g Cru) ou Tilápia (140g Cru)  
Brócolis (100g Cozido) ou Couve-Flor (120g Cozida) ou Chuchu (120g Cozido) ou Repolho (110g Cru) ou Cenoura (80g Crua) ou Beterraba (90g Cozida)  
Batata Inglesa (150g Cozida) ou Batata Doce (100g Cozida) ou Abóbora (160g Cozida) ou Feijão (100g Cozido) ou Macarrão (60g Cozido)

16:30 - Refeição 3

Filé de Peito de Frango (80g Cozido/110g Cru) ou Patinho (65g Cozido/100g Cru) ou Atum (110g Cru) ou Tilápia (140g Cru)

... todos os dados de sua anamnese!

... BALANÇA... com o tempo, você fará "no olho")

... uso com papel-toalha)

... Gelatina Zero à vontade! (ajudam com a fome/vontade de

... para manter urina bem clara (3-5L)

... Sobremesa Rasa/13g)

... ou Melancia (180g)

... ou Banana (70g)

... ou Pão Francês (0,5un)

... Margarina light (1 Colher Sobremesa Rasa/13g)

... ou Atum (110g Cru) ou

... ou Couve (90g Cozida) ou

... ou Arroz (60g Cozido)

... ou Abóbora (160g Cozida) ou

... ou Feijão (100g Cozido) ou

... ou Atum (110g Cru) ou

... ou Couve (90g Cozida) ou

... ou Arroz (60g Cozido)

... ou Abóbora (160g Cozida) ou

... ou Atum (110g Cru) ou

... ou Feijão (100g Cozido) ou

... ou Atum (110g Cru) ou

... ou Tilápia (140g Cru)