

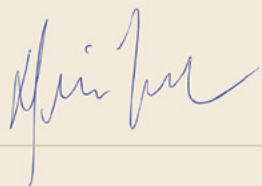


**Conselho  
Federal de  
Farmácia**

## Mensagem do Presidente

---

É com muito orgulho que apresentamos a nova identidade visual do Conselho Federal de Farmácia. As diretrizes contidas neste documento representam muito mais do que simples desenhos e padrões gráficos, elas representam o nosso comprometimento com a modernização da entidade, corporificando nossa constante busca da excelência. A partir de agora, todos os profissionais envolvidos, direta ou indiretamente, na manipulação e reprodução da nova marca, serão agentes fundamentais no processo de implantação e consolidação da nova identidade visual. Por isso, as regras estabelecidas neste documento devem ser integralmente respeitadas, sem exceção. Caso surjam dúvidas, entre em contato com o setor de imprensa de nossa entidade para esclarecê-las.



**Dr. Walter da Silva Jorge João**

Presidente



**Conselho  
Federal de  
Farmácia**



## Apresentação

---

Este manual apresenta, documenta e normatiza a utilização da identidade visual do **Conselho Federal de Farmácia**.

É fundamental respeitar os critérios básicos de aplicação aqui estabelecidos, em todas as formas de comunicação, mantendo características de unidade, legibilidade e destaque.

## Sobre o Conselho Federal de Farmácia

---

Toda a atividade profissional exercida por farmacêuticos, no Brasil, está sob a jurisdição do Conselho Federal de Farmácia, que regulamenta e disciplina o seu exercício, com base na Lei 3.820, assinada, no dia 11 de novembro de 1960, pelo Presidente Juscelino Kubitschek.

A ética da profissão é o ponto focal das atividades do Conselho Federal de Farmácia e significa, em sua plenitude, o bem-estar e a segurança da sociedade, diante das atividades do profissional farmacêutico.



## Logomarca - Conselho Federal de Farmácia

---

A serpente enrolada no cálice é o símbolo da profissão farmacêutica. Sua origem remonta à antiguidade, sendo parte da mitologia grega. A taça representa a cura; e a serpente, o poder, a sabedoria e a ciência.



## Logomarca - Variações

A logomarca do CFF permite algumas variações para se adequar aos mais diferentes casos de aplicação. A versão preferencial é a logomarca horizontal com o slogan. Sempre que possível deve-se utilizar essa versão da logomarca.



Conselho  
Federal de  
Farmácia

Vertical



Conselho  
Federal de  
Farmácia

Horizontal



Pin



Conselho  
Federal de  
Farmácia

Farmacêutico. Indispensável à sua saúde.

Horizontal com slogan



## Modern No. 20

abcdefghijklmnopqrstuvxz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

## Gotham (medium)

abcdefghijklmnopqrstuvxz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

## Gotham (black)

abcdefghijklmnopqrstuvxz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

## Gotham (light)

abcdefghijklmnopqrstuvxz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

A logomarca utiliza-se da fonte Modern Nº 20. Para títulos em materiais de comunicação, sugere-se o uso da fonte Gotham medium ou black. Para textos corridos deve-se usar a Gotham light.



## Área de resguardo

Para que outros elementos não se misturem à logomarca, deve-se observar um campo de resguardo visual, conforme exemplificado aqui. Usando como parâmetro a largura do ícone da logomarca (cálice com serpente), deve-se traçar uma área de respiro ao redor da mesma. Essa área nunca poderá ser invadida por nenhum elemento gráfico ou textual.

<b>1x</b>	<b>1x</b>		<b>1x</b>
		<b>Conselho Federal de Farmácia</b>	
<b>1x</b>	<b>1x</b>		<b>1x</b>



## Aplicação – Versão preferencial

Sempre que possível, deve-se usar a versão preferencial do logo em Pantone. Somente em casos excepcionais é permitido o uso da logomarca em cromia.



### Versão Preferencial



### Versão Negativa





## Aplicação - Versão em uma cor

Utilize a versão em uma cor somente em casos onde houver restrição de cor no processo de produção.



Versão 1 cor fundo claro



Versão 1 cor fundo escuro



## Aplicação - Usos indevidos

A fim de preservar a percepção da identidade visual da logomarca do CFF, fica vetada qualquer mudança na mesma. Qualquer alteração em seu desenho, proporção e cor; qualquer aplicação que prejudique sua perfeita visualização e compreensão está rigorosamente proibida. Acréscimos de elementos como sombras, degradês, brilhos e volumes à logomarca também acabam por alterar seu desenho e sua percepção; portanto, também não são permitidos.

### Mudanças na proporção dos elementos



### Mudanças nas cores do Logotipo



### Mudanças na posição dos elementos



### Acréscimo de elementos no Logotipo

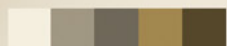


### Distorções



## Paleta de Cores

Nas mídias impressas, deve-se usar a paleta de cores PANTONE.  
Caso não seja possível, também é permitido o uso das cores em CMYK.  
Para mídias digitais, deve-se usar valores hexadecimais ou RGB.



## PANTONE SOLID COATED

462 c    4505c    404c    7536c    Warm Grey 1c



<b>c</b>	<b>53</b>	<b>35</b>	<b>53</b>	<b>38</b>	<b>4</b>
<b>m</b>	<b>57</b>	<b>48</b>	<b>49</b>	<b>35</b>	<b>4</b>
<b>y</b>	<b>81</b>	<b>72</b>	<b>61</b>	<b>49</b>	<b>12</b>
<b>k</b>	<b>46</b>	<b>9</b>	<b>22</b>	<b>2</b>	<b>0</b>



VALORES HEXADECIMAIS

f4eede    a29883    6f685a    a2874f    56472a

<b>R</b>	<b>244</b>	<b>161</b>	<b>111</b>	<b>162</b>	<b>85</b>
<b>G</b>	<b>238</b>	<b>151</b>	<b>104</b>	<b>135</b>	<b>71</b>
<b>B</b>	<b>223</b>	<b>130</b>	<b>90</b>	<b>79</b>	<b>42</b>

## Aplicação - Mídia impressa

Confira abaixo alguns exemplos de aplicação da logomarca em mídia impressa.

www.cff.org.br

### Farmacêutico, sempre perto de você.

Análises Clínicas



O farmacêutico pode exercer mais de 70 atividades diferentes.

A área de atuação desse profissional vai muito além das farmácias e drogarias. Essa atuação se realiza de várias maneiras: na prestação de cuidados aos usuários de medicamentos; na realização de exames clínicos laboratoriais; no atendimento de serviços de saúde; na produção, manipulação e controle de qualidade de medicamentos; na assistência farmacêutica; em consultório e em farmácia hospitalar; na indústria farmacêutica; nas atividades científicas; na pesquisa; na produção de vacinas; na assistência genética; na identificação, na avaliação de tecnologia profissional e na gestão, dentre muitas outras. Assim, é o farmacêutico um profissional a serviço da saúde da população.



**Conselho Federal de Farmácia**  
Farmacêutico, indispensável à sua saúde.

www.cff.org.br

### Farmacêutico, sempre perto de você.

Indústria de Cosméticos



O farmacêutico pode exercer mais de 70 atividades diferentes.

A área de atuação desse profissional vai muito além das farmácias e drogarias. Essa atuação se realiza de várias maneiras: na prestação de cuidados aos usuários de medicamentos; na realização de exames clínicos laboratoriais; no atendimento de serviços de saúde; na produção, manipulação e controle de qualidade de medicamentos; na assistência farmacêutica; em consultório e em farmácia hospitalar; na indústria farmacêutica; nas atividades científicas; na pesquisa; na produção de vacinas; na assistência genética; na identificação, na avaliação de tecnologia profissional e na gestão, dentre muitas outras. Assim, é o farmacêutico um profissional a serviço da saúde da população.



**Conselho Federal de Farmácia**  
Farmacêutico, indispensável à sua saúde.

www.cff.org.br

### Farmacêutico, sempre perto de você.

Indústria de Alimentos



O farmacêutico pode exercer mais de 70 atividades diferentes.

A área de atuação desse profissional vai muito além das farmácias e drogarias. Essa atuação se realiza de várias maneiras: na prestação de cuidados aos usuários de medicamentos; na realização de exames clínicos laboratoriais; no atendimento de serviços de saúde; na produção, manipulação e controle de qualidade de medicamentos; na assistência farmacêutica; em consultório e em farmácia hospitalar; na indústria farmacêutica; nas atividades científicas; na pesquisa; na produção de vacinas; na assistência genética; na identificação, na avaliação de tecnologia profissional e na gestão, dentre muitas outras. Assim, é o farmacêutico um profissional a serviço da saúde da população.



**Conselho Federal de Farmácia**  
Farmacêutico, indispensável à sua saúde.

## Aplicação - Brasão

Na papelaria do CFF, a aplicação do brasão da República Federativa do Brasil deve ser feito sempre com grau de opacidade de 10%. Deve-se usar a cor mais clara da paleta de cores da logomarca.



**Aplicado sempre na cor  
mais clara da escala tonal  
em materiais impressos**

**Versão Preto e Branco - Grau de Opacidade 10%**

## Aplicação - Papelaria

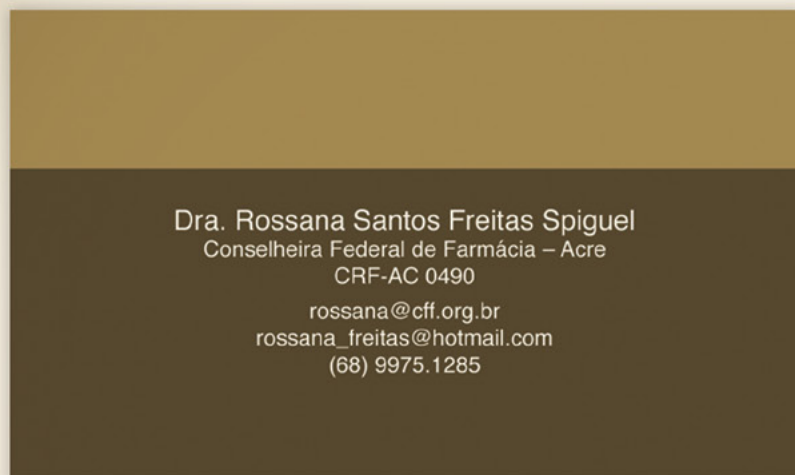
O correto uso da papelaria institucional do CFF é de extrema importância, pois contribui para fixar a identidade visual do Conselho. Confira aqui alguns exemplos.



Envelope

## Aplicação - Papelaria

O correto uso da papelaria institucional do CFF é de extrema importância, pois contribui para fixar a identidade visual do Conselho. Confira aqui alguns exemplos.



Cartão de Visitas



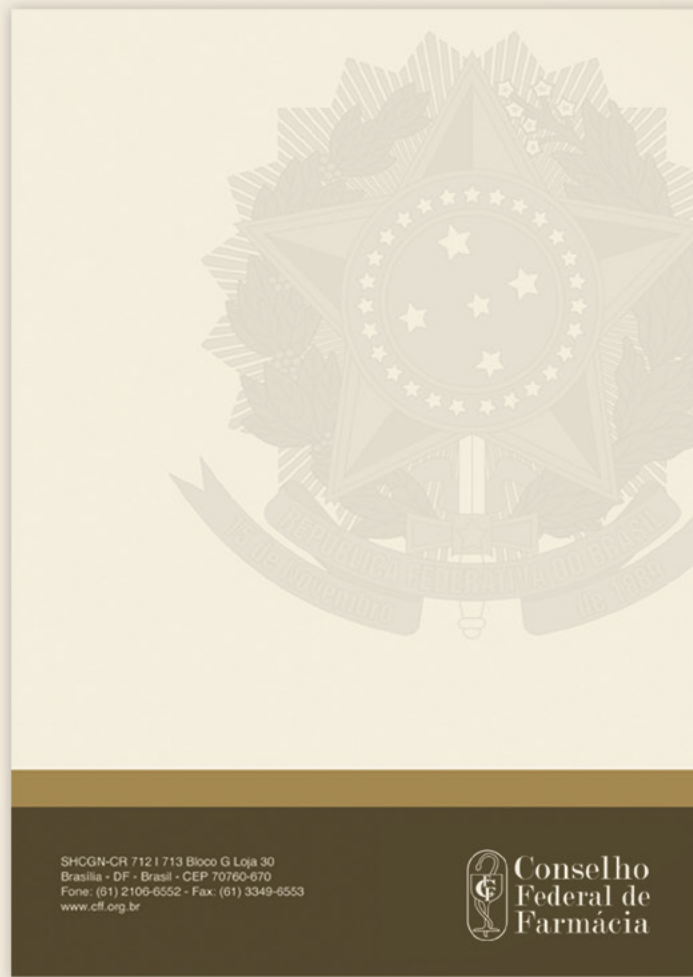
## Aplicação - Papelaria

O correto uso da papelaria institucional do CFF é de extrema importância, pois contribui para fixar a identidade visual do Conselho.

Confira aqui alguns exemplos.



Bloco de Notas



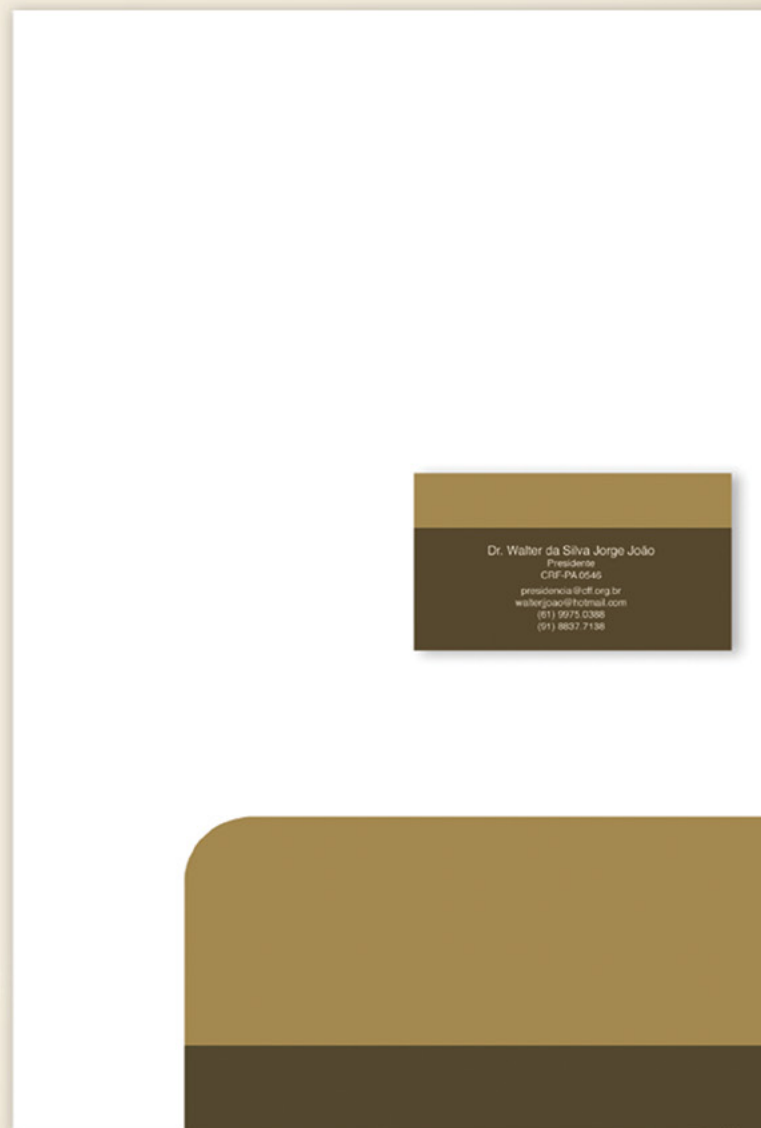


## Aplicação - Papelaria

O correto uso da papelaria institucional do CFF é de extrema importância, pois contribui para fixar a identidade visual do Conselho. Confira aqui alguns exemplos.



Pasta



## Slogans

O CFF utiliza dois slogans que variam de acordo com o tema da peça de comunicação na qual serão utilizados.



**Farmacêutico. Indispensável à sua saúde.**

Esse é o slogan preferencial do Conselho, que deve ser adotado em todas as peças de comunicação, exceto quando o tema da peça de comunicação for “medicamentos”.



**Ao usar medicamentos, consulte um farmacêutico.**

Esse slogan deve ser utilizado somente quando o tema da peça de comunicação for “medicamentos”.



## Aplicação - Pin

Essa versão da logomarca deve ser utilizada única e exclusivamente para a confecção dos Pins do CFF.



Versão preto e branco para  
confecção do PIN metalizado



## Aplicação - Meios digitais

Confira abaixo alguns exemplos de aplicação da identidade visual do CFF em peças digitais.



**Conselho Federal de Farmácia**

Dr. Walter da Silva Jorge João  
Presidente  
presidencia@cff.org.br  
(61) 9975.0388  
(91) 8837.7138  
www.cff.org.br

### Assinatura digital

**Conselho Federal de Farmácia**

SHCGN-CR 712 | 713 Bloco G Loja 30  
Brasília - DF - Brasil - CEP 70780-670  
Fone: (61) 2108-6552 - Fax: (61) 3349-6553  
www.cff.org.br

### Apresentações PPT e Keynote

**Conselho Federal de Farmácia**

SHCGN-CR 712 | 713 Bloco G Loja 30  
Brasília - DF - Brasil - CEP 70780-670  
Fone: (61) 2108-6552 - Fax: (61) 3349-6553  
www.cff.org.br

Newsletter 001 - 20 de março de 2012

### Farmacêutico no Bem Estar

▶ ASSISTA O VIDEO

O Diretor de Assistência Farmacêutica do Ministério da Saúde, José Miguel do Nascimento Jr, participou, ontem, dia 8 de março, do Programa Bem Estar, da Rede Globo.

Fotógrafo: Rede Globo - Bem Estar ▶ Leia mais

### Se discute sobre a terra

### SAÚDE NÃO TEM PREÇO

### CFF solicita audiência pública sobre CP nº 61, da Anvisa

**Saúde Pública é tema da Campanha da Fraternidade**

O ministro da Saúde, Alexandre Padilha, participou, nesta quarta-feira (22), da cerimônia de abertura da Campanha da Fraternidade de 2012, lançada pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). Neste ano, a campanha tem como tema a "Fraternidade e Saúde Pública" e o lema "Que a saúde se difunda sobre a terra".

▶ Leia mais

**Dilma Faz Balanço do Programa Saúde Não Tem Preço**

Ao fazer o balanço do primeiro ano do programa Saúde Não Tem Preço, a presidenta Dilma Rousseff disse hoje (13/02) que 7,8 milhões de diabéticos e hipertensos receberam medicamentos de forma gratuita no País. Apenas em janeiro deste ano, 3,2 milhões de pessoas tiveram acesso gratuito aos medicamentos por ...

▶ Leia mais

**CFF solicita audiência pública sobre CP nº 61, da Anvisa**

O ministro da Saúde, Alexandre Padilha, participou, nesta quarta-feira (22), da cerimônia de abertura da Campanha da Fraternidade de 2012, lançada pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). Neste ano, a campanha tem como tema a "Fraternidade e Saúde Pública" e o lema "Que a saúde se difunda sobre a terra".

▶ Leia mais

Se você não deseja mais receber nossos e-mails, cancele sua inscrição neste link

### E-mail Marketing

**Conselho Federal de Farmácia**

Prezados colegas,

O presidente do Conselho Federal de Farmácia e os demais membros da diretoria gostariam de agradecer a colaboração de todos vocês, seja por meio do envio dos relatos das experiências, seja na colaboração para a construção do documento que o Conselho Federal de Farmácia entregou ontem, 17/05, no Ministério da Saúde, sobre a assistência farmacêutica nas redes de atenção à saúde do SUS.

O Departamento de Assistência Farmacêutica (DAF/MS) também agradeceu a contribuição e percebeu o quanto nos dedicamos e estamos dispostos a colaborar.

As contribuições das diversas entidades apresentadas ao Secretário de Atenção à Saúde, Dr. Helvécio Miranda Magalhães, para os desdobramentos que julgar pertinentes.

Aguardamos, ansiosos, a publicação da portaria que tratará da qualificação da assistência farmacêutica no SUS.

Saudações Farmacêuticas!

*Walter da Silva Jorge João*

Dr. Walter da Silva Jorge João  
Presidente

### E-mail Marketing (carta)