



Essa é a **SUA** identidade visual.

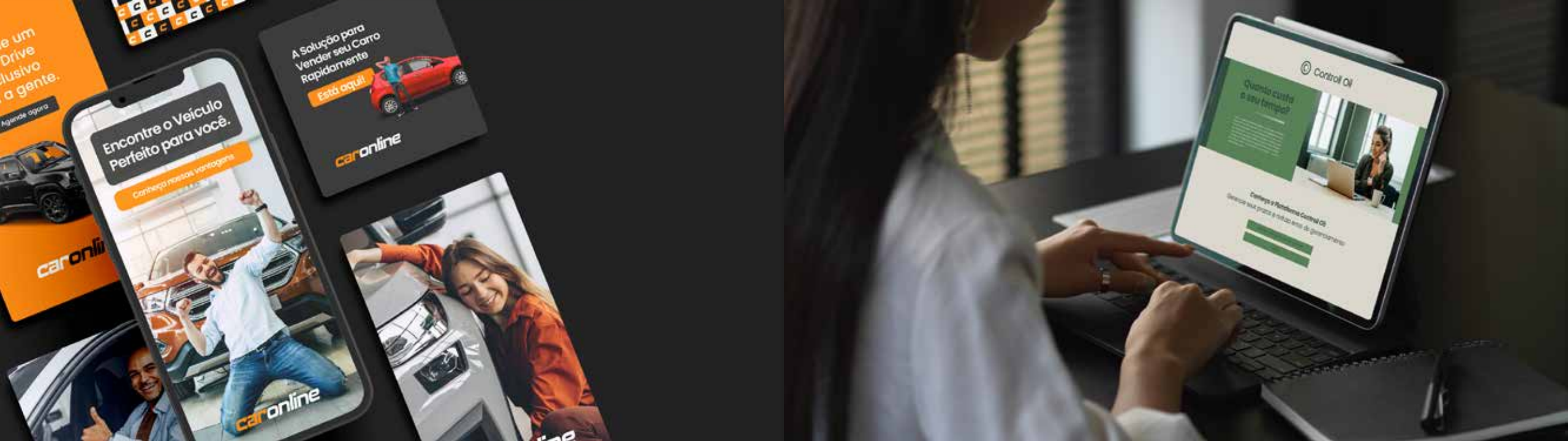
Proposta de Identidade Visual

2024



Identidade Visual

A marca é o bem mais valioso que uma empresa ou uma pessoa pode ter e sua Identidade Visual é responsável por traduzir graficamente toda a essência que ela representa. Uma marca forte necessita de uniformidade e coerência, por isso foram criados padrões que garantem que todos os elementos estejam integrados em todas as manifestações gráficas - que inclui logotipo, tipografia e cores - garantindo uniformidade e harmonia. O objetivo deste Manual é orientar e facilitar a utilização correta dos elementos que identificam a marca, facilitando a aplicação e, conseqüentemente, a assimilação por parte do público alvo.



A IDENTIDADE VISUAL É COMPOSTA POR **7 FATORES**. SÃO ELES:

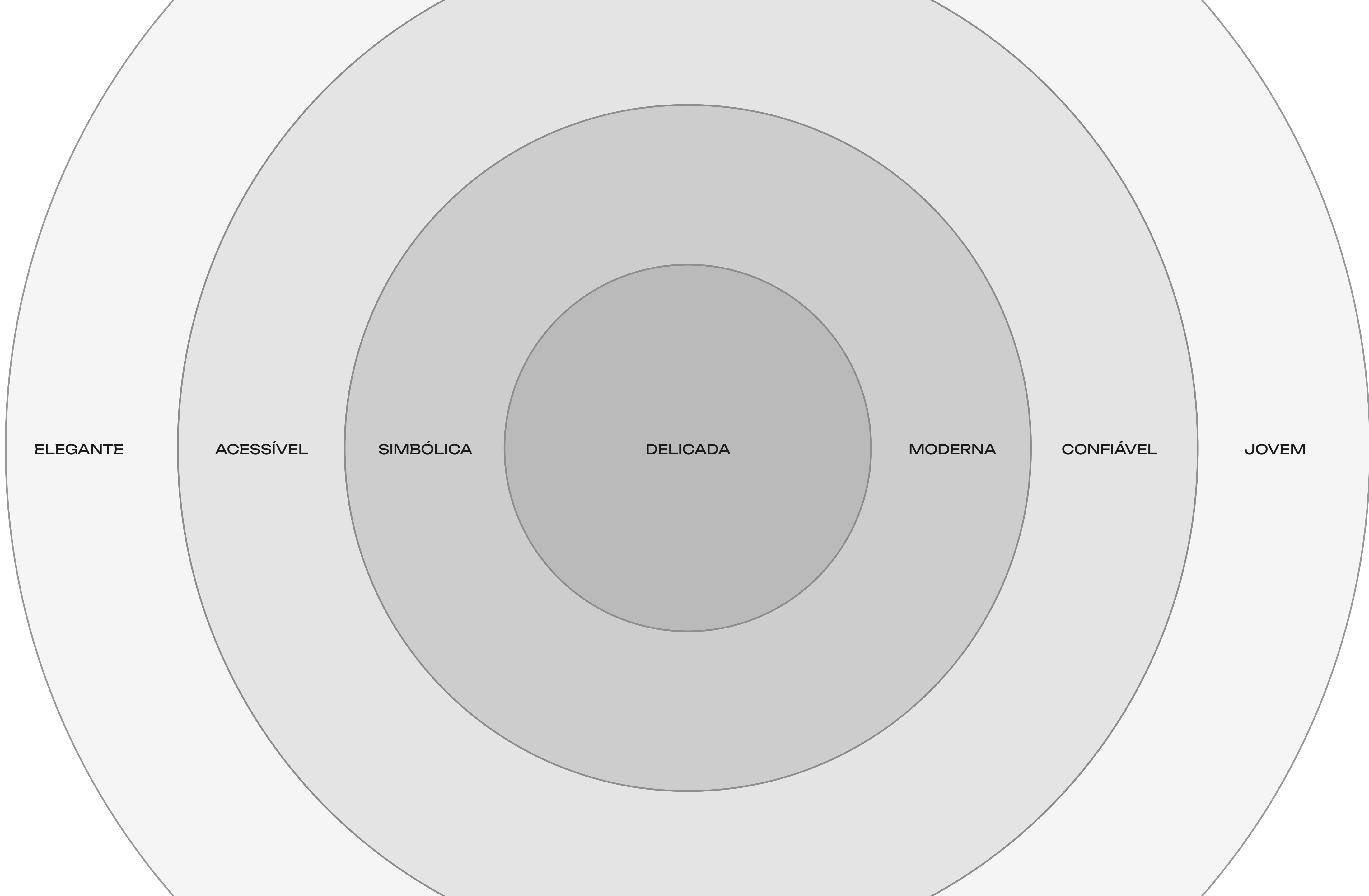
1. PERSONALIDADE
2. CORES
3. TIPOGRAFIA
4. PADRÃO VISUAL
5. FOTOGRAFIA
6. MARCA
7. COMUNICAÇÃO





PERSONALIDADE DA MARCA

01



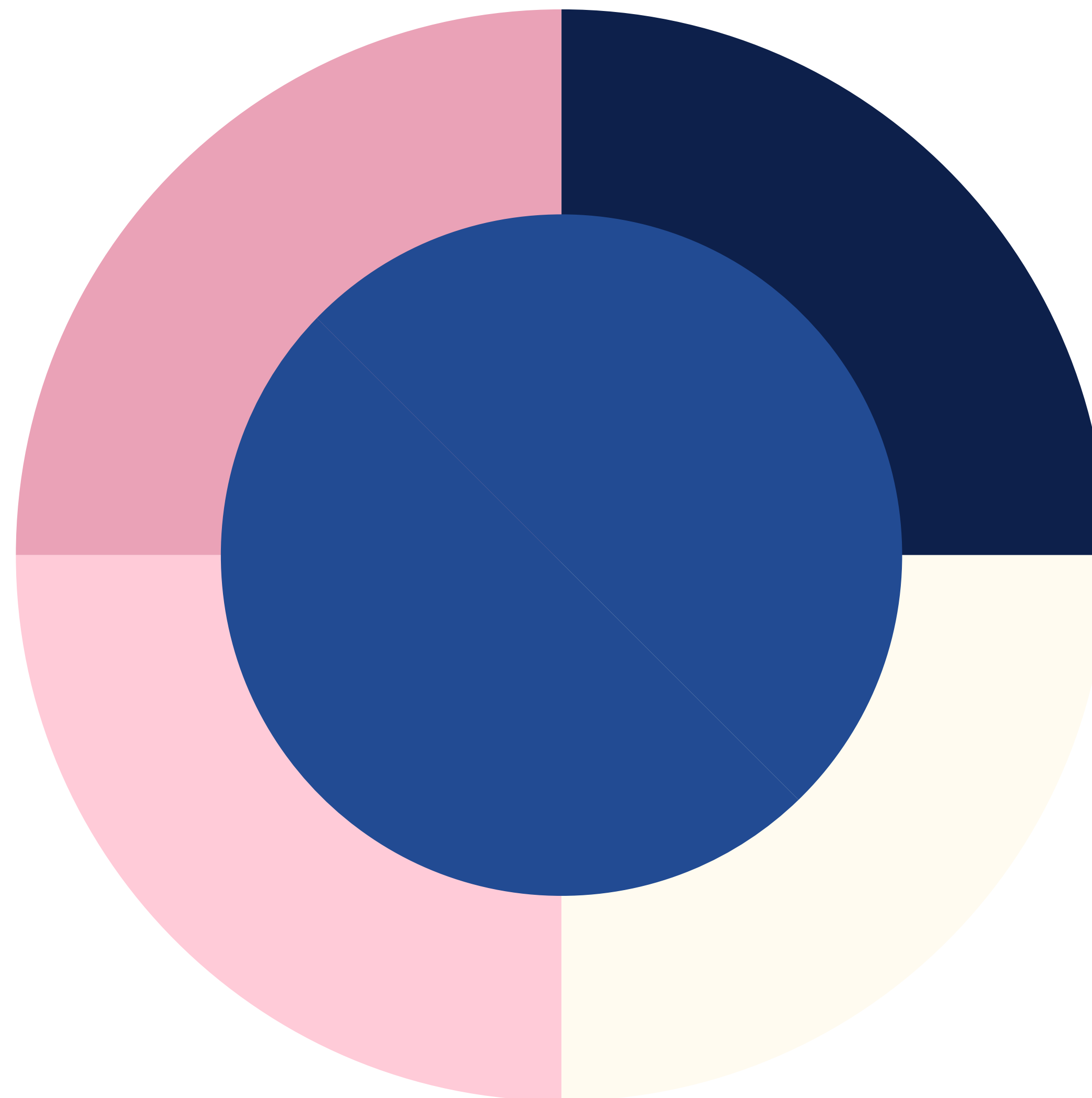


CORES PRIMÁRIAS

Serão as cores utilizadas como principais nos projetos visuais, reforçando ainda mais a identidade visual da marca.

CORES COMPLEMENTARES

Serão as cores utilizadas como coadjuvantes nos projetos visuais, apoiando e complementando as cores primárias e reforçando a identidade visual da marca.



224B93

CMYK: 77, 49, 0, 42

RGB: 34, 75, 147

OD204B

CMYK: 83, 57, 0, 71

RGB: 12, 32, 75

EAA2B7

CMYK: 0, 31, 22, 8

RGB: 234, 162, 183

FFCBD8

CMYK: 0, 20, 15, 0

RGB: 255, 203, 216

FFFBFO

CMYK: 0, 2, 6, 0

RGB: 255, 251, 240

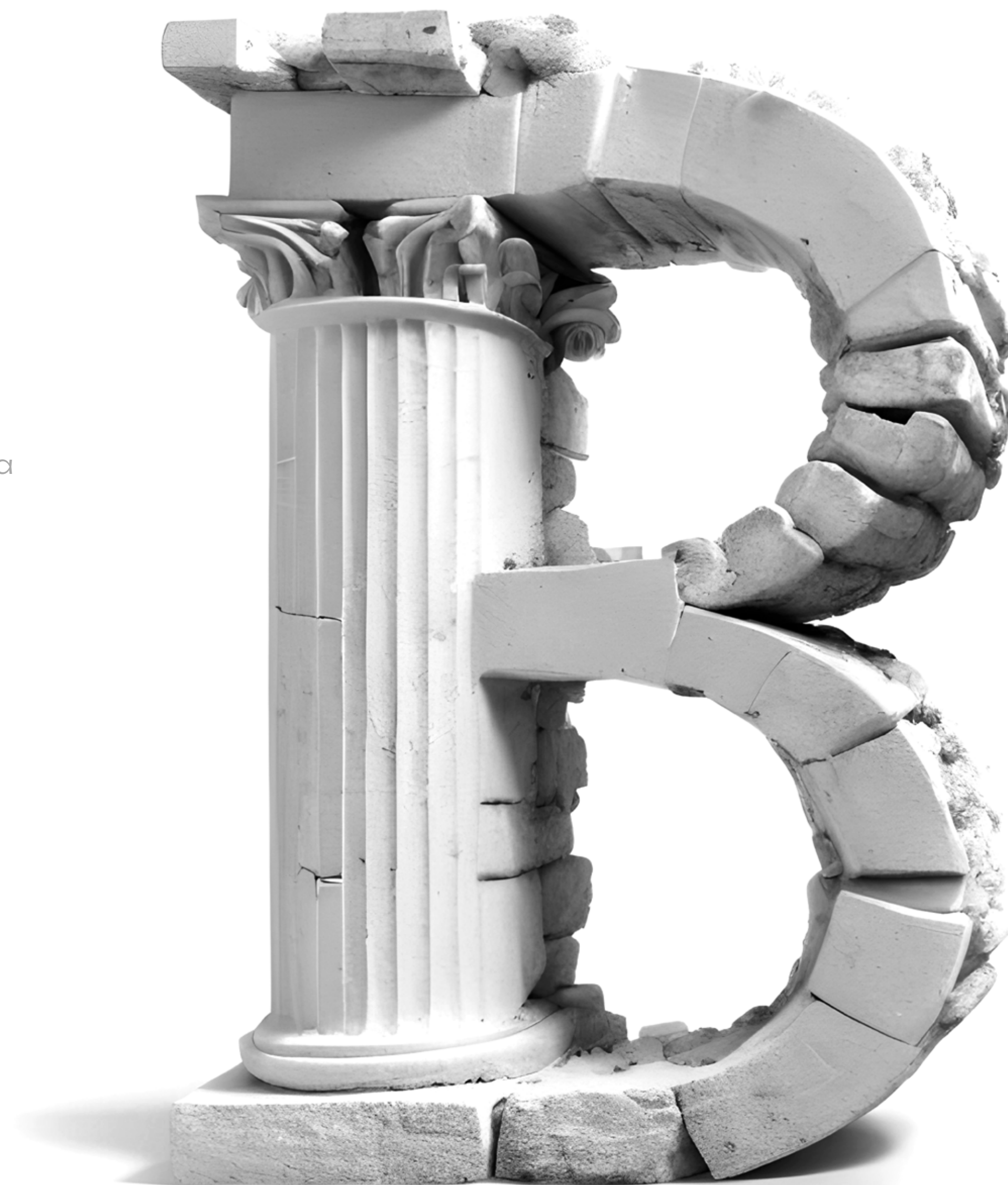


HIERARQUIA TIPOGRÁFICA

A tipografia é a voz da marca. Manter um padrão ajuda a reforçar a pregnância da marca na memória do público.

Estabelecemos uma família de fontes para a marca. A ideia é tornar a comunicação dinâmica e diversificada, abrindo um leque de possibilidades e combinações.

A fonte escolhida para compor o projeto é a família de fontes **Ubuntu** que tem de variados pesos para diferenciar para títulos, campanhas e texto.



Ubuntu

Family font

a A

Minúscula:

Regular:

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Medium:

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Bold:

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Maiúscula:

Regular:

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

Medium:

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

Bold:

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

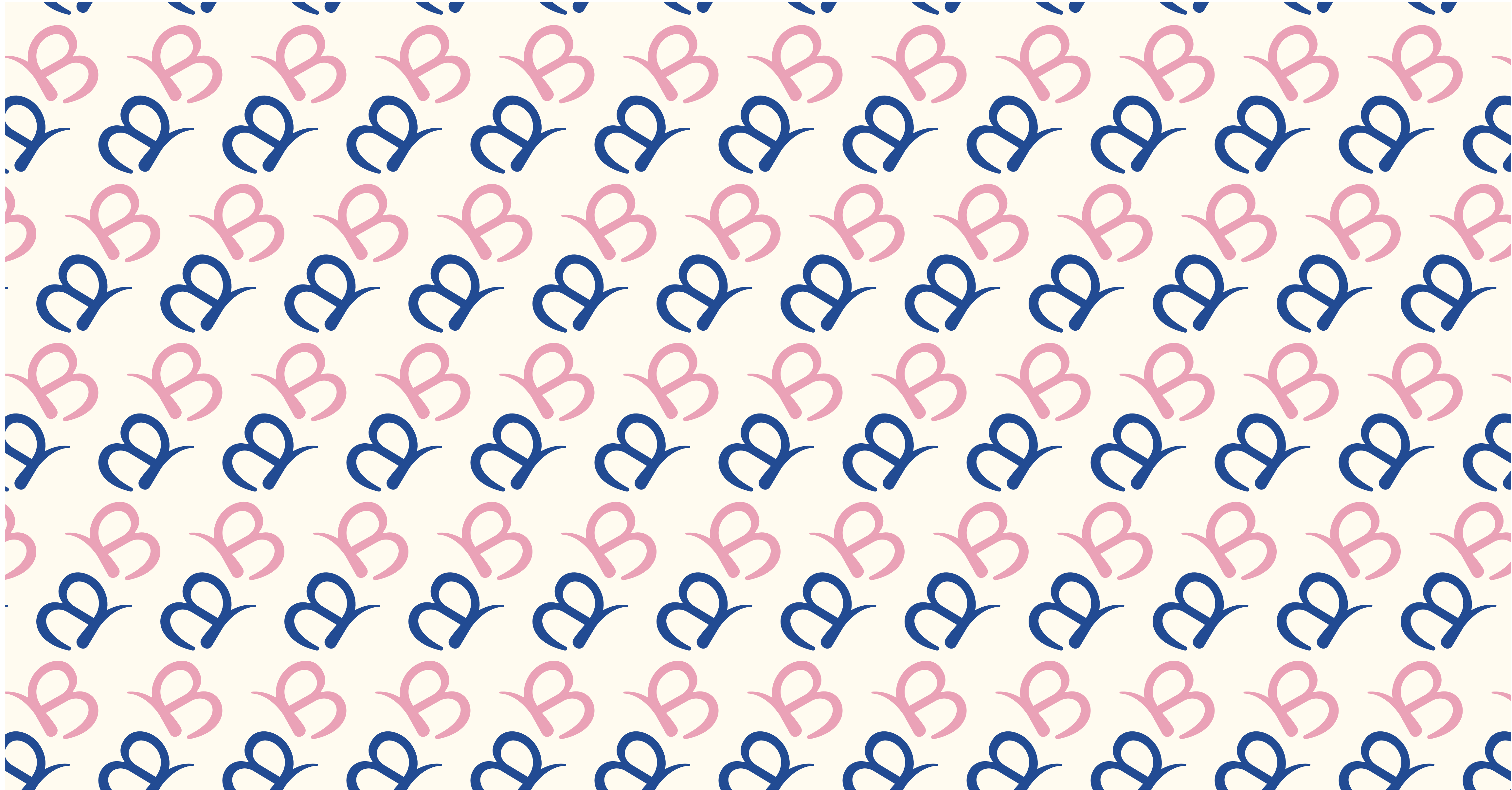


PATTERN, ÍCONES FILTROS, TUDO ISSO FAZ PARTE DE UM PADRÃO VISUAL.

A marca conta com um padrão visual, cujo objetivo é dar apoio aos materiais da marca.

O material foi inspirado pelas formas e cores trabalhadas na marca, mantendo assim coerência e harmonia visual na linguagem, reforçando a identidade da marca.







CLICK!

A fotografia sugere situações que são trabalhadas na comunicação como conceitos ou mensagens que devem ser transmitidas de maneira ilustrativa, humana e pessoal.

A fotografia utilizada na identidade visual remete ao segmento, com imagens que humanizam um atendimento, um serviço e trazem proximidade do cliente com a empresa de forma simples e direta.

Além de ser utilizada em materiais publicitários afim institucional ou promocional, a fotografia faz parte de um todo e vende a ideia do produto com emoção e expressão.





O CONCEITO

A marca é uma representação visual da psicóloga clínica Sophia Borges, refletindo sua alta qualificação, abordagem científica baseada em evidências e atendimento personalizado e ético. O objetivo é transmitir uma imagem de sofisticação, acolhimento e exclusividade, destacando-se no mercado de terapia cognitivo-comportamental para adolescentes e jovens adultos.

FORMAS

Redução da Marca com S e B Unificados: A unificação das letras iniciais "S" e "B" cria um isotipo memorável e distinto. Este símbolo pode ser utilizado em diferentes contextos, mantendo a identidade visual coesa e facilmente reconhecível.

Formas Orgânicas: As formas orgânicas dentro da tipografia reforçam a ideia de flexibilidade e adaptação, características importantes na prática terapêutica, onde cada cliente é único e necessita de abordagens específicas.



TIPOGRAFIA

A tipografia moderna sem serifa da marca é projetada para ser híbrida, variando organicamente entre diferentes formas, o que adiciona uma camada de personalização e exclusividade. As características principais da tipografia são:

Elegância: Traços retos e limpos conferem um visual sofisticado e profissional.

Personalização: Detalhes em letras específicas destacam a exclusividade da marca, refletindo a abordagem personalizada do atendimento.

Modernidade: Uma tipografia moderna sem serifa transmite inovação e contemporaneidade, alinhando-se com uma abordagem terapêutica atualizada e baseada em evidências científicas.

CORES

#224B93 (Azul Escuro): O azul escuro é associado à confiança, sabedoria e estabilidade. É uma cor que transmite segurança e profissionalismo, elementos cruciais para a área de psicologia, onde a confiança no terapeuta é essencial.

#0D204B (Azul Marinho): Similar ao azul escuro, o azul marinho reforça a seriedade e a profundidade, além de trazer um toque de sofisticação. É uma cor que também sugere um ambiente calmo e seguro, ideal para sessões terapêuticas.

#EAA2B7 (Rosa Suave): O rosa suave traz uma sensação de carinho, conforto e acolhimento. É uma cor que humaniza a marca, proporcionando um ambiente mais afetuoso e receptivo.

#FFCBD8 (Rosa Claro): Complementa o rosa suave, adicionando um toque de leveza e delicadeza, reforçando a ideia de cuidado e atenção aos detalhes.

#FFFBFO (Bege Claro): O bege claro é uma cor neutra que transmite pureza, simplicidade e sofisticação. Funciona como uma base que harmoniza com as outras cores, proporcionando equilíbrio e um visual limpo e agradável.

Essa é a sua

MARCA

Sophia Borges

PSICÓLOGA



Sophia Borges
PSICÓLOGA

Horizontal

Sophia
Borges
PSICÓLOGA

Vertical

SB
PSICÓLOGA

Redução



Sophia Borges

Sophia Borges

PSICÓLOGA

Sophia
Borges

PSICÓLOGA

Sophia Borges

PSICÓLOGA

Sophia
Borges

PSICÓLOGA



PSICÓLOGA



PSICÓLOGA



Positivo



Sophia Borges



Sophia Borges

Negativo



Sophia
Borges
PSICÓLOGA



CORRETO

Sophia
Borges
PSICÓLOGA



FORAM USADAS CORES
NÃO INSTITUCIONAIS

Sophia
Borges
PSICÓLOGA



FOI ALTERADA A PROPORÇÃO
ENTRE OS ELEMENTOS.

Sophia
Borges
PSICÓLOGA



FOI ALTERADA A TIPOGRAFIA

Sophia
Borges
PSICÓLOGA



O LOGO FOI DEFORMADO

Sophia
Borges
PSICÓLOGA



FORAM USADAS CORES SEM
CONTRASTE HARMÔNICO COM O FUNDO



APLICAÇÕES & SUGESTÕES DE USO

A seguir disponibilizamos algumas imagens de aplicações e sugestões de uso do projeto de identidade visual.

Elas servem para dar um direcionamento de como pensamos que esse projeto poderá ser utilizado no dia a dia da marca.

Lembrando que as peças aqui expostas serão um exemplo de aplicação, não necessariamente é obrigatória o uso das mesmas.



www.sophiaborges.com.br

Sophia
Borges
PSICÓLOGA

Sophia
Borges
PSICÓLOGA

Sophia Borges
Psicóloga

+55 43 9 9699.9900

www.sophiaborges.com.br

contato@sophiaborges.com.br

Endereço, n.900 - Cidade - ES

Sophia Borges
PSICÓLOGA

www.sophiaborges.com.br

Sophia
Borges
PSICÓLOGA

Sophia
Borges
PSICÓLOGA

Sophia Borges
Psicóloga

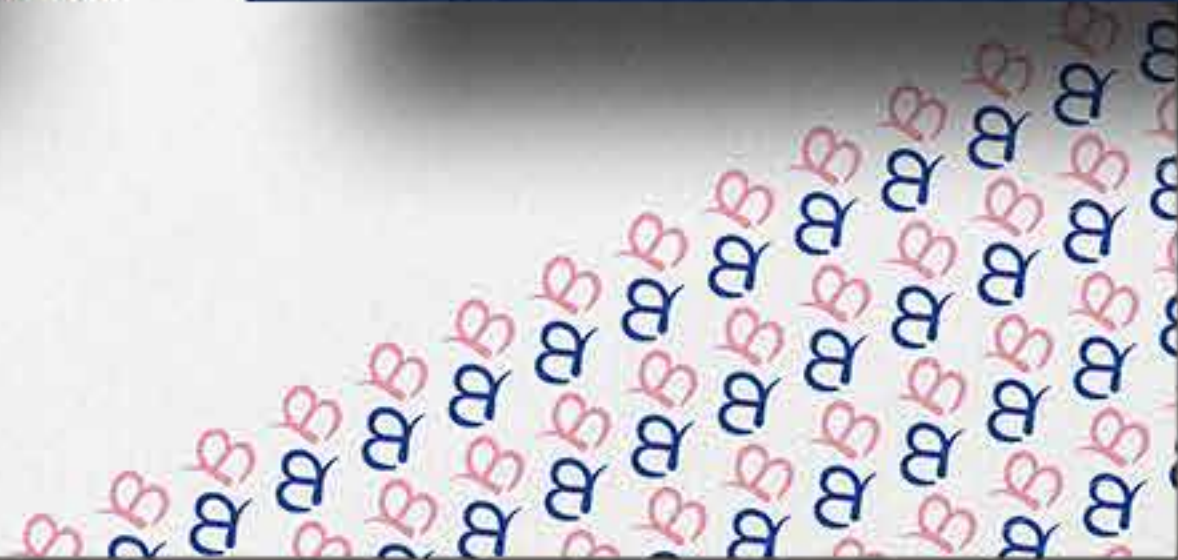
+55 43 9 9699.9900
www.sophiaborges.com.br
contato@sophiaborges.com.br
Endereço, n.900 - Cidade - ES

Sophia
Borges
PSICÓLOGA

SB

+55 43 9 9699.9900

www.sophiaborges.com.br
contato@sophiaborges.com.br
Endereço, n.900 - Cidade - ES









SB

Sophia
Borges
PSICÓLOGA

Sophia
Borges

PSICÓLOGA

Sophia Borges

Repetitive pattern of the name 'Sophia Borges' in red and blue colors, arranged in a diagonal sequence on the front of the reception desk.

Sophia Borges



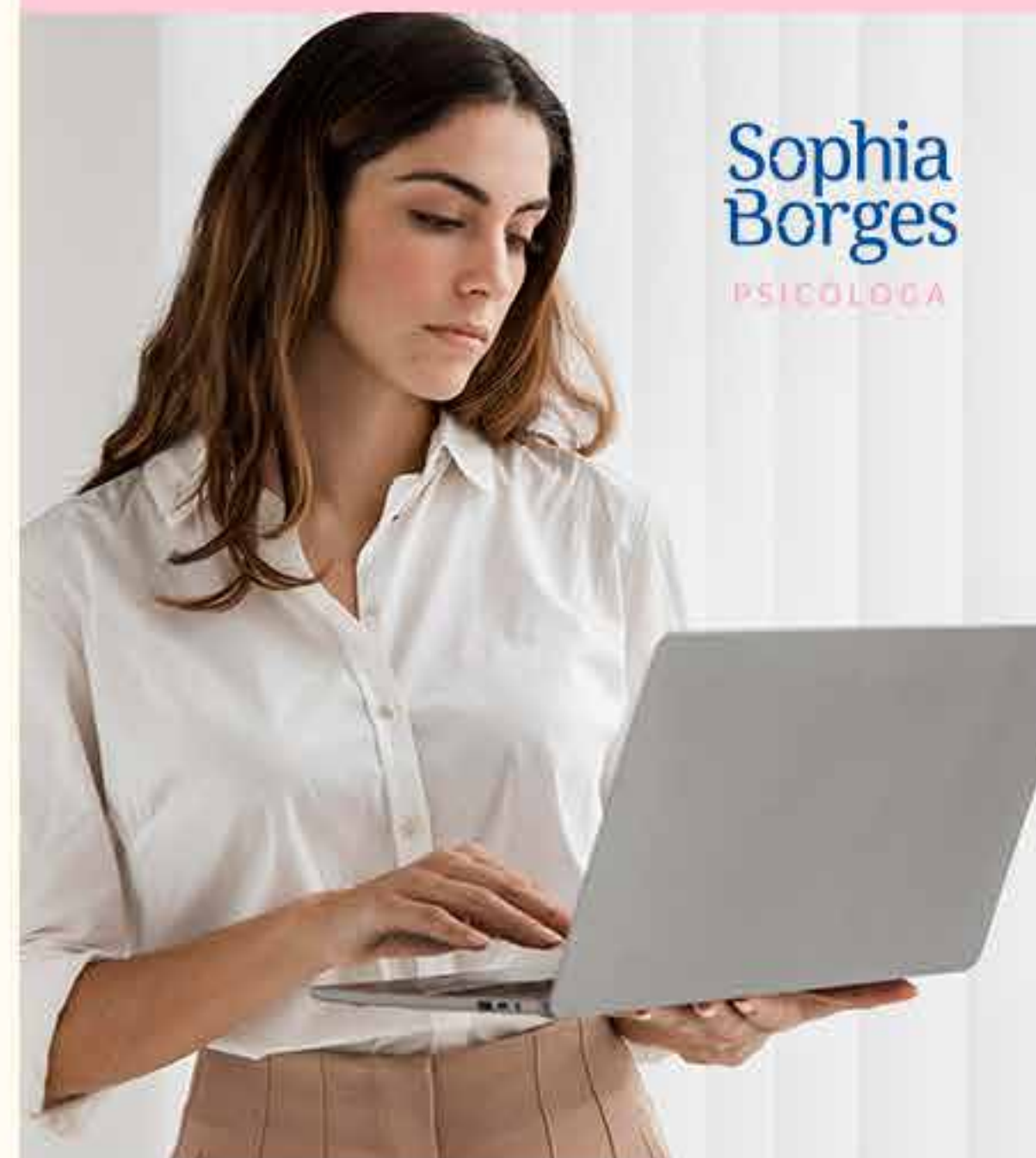
Sophia Borges



Sophia Borges



Sophia Borges





Uma *Nova*
Perspectiva com
a Terapia Cognitivo
Comportamental



Sophia
Borges
PSICÓLOGA

Uma *Nova*
Perspectiva com
a Terapia Cognitivo
Comportamental

Sophia Borges
PSICÓLOGA





UTILIZAÇÃO DOS ARQUIVOS

RGB

Devem ser usados quando o objetivo é a leitura em telas de dispositivos eletrônicos, como sites, redes sociais, vídeos, etc.

CMYK

Devem ser usados quando o objetivo final é impressão.

NEGATIVO/POSITIVO

Para usos específicos. Utilize apenas quando seu fornecedor pedir.

Design by

maliva[®]

Brand
design
studio

Em parceria com

Lemund
marketing