

**Instituto de Filosofia  
e Ciências Humanas**

# **Manual de Marca**



**UNICAMP**

# Sumário

## 1. Introdução

Introdução .....	Pág. 03
Sobre o manual de marca .....	Pág. 04
Missão, visão e valores .....	Pág. 05
Objetivos do instituto .....	Pág. 05
Objetivos do projeto .....	Pág. 05

## 2. Tom de voz e comunicação

Tom de voz .....	Pág. 03
Comunicação .....	Pág. 04

## 3. Painel visual e referências

Marca anterior .....	Pág. 03
Referências visuais .....	Pág. 04

## 4. Cores

Cores principais (Ficha técnica) .....	Pág. 03
Cores secundárias (Ficha técnica) .....	Pág. 04
Gradação de cores .....	Pág. 04
Cores principais (Vermelho) .....	Pág. 04
Cores principais (Cinzas) .....	Pág. 04
Acordes cromáticos .....	Pág. 04

# Sumário

## 5. Logotipo

Sobre o logotipo .....	Pág. 03
Logotipo (Preto) .....	Pág. 04
Grade de construção .....	Pág. 05
Orientações de uso (espaçamento) .....	Pág. 05
Proibições de utilização .....	Pág. 05
Logotipo (Vermelho) .....	Pág. 05
Logotipo (Cinza) .....	Pág. 05
Logotipo (Negativo) .....	Pág. 05

## 6. Tipografia

Licença das fontes .....	Pág. 03
Sobre as fontes (Museo Moderno) .....	Pág. 04
Sobre as fontes (Raleway) .....	Pág. 04
Família tipográfica completa (Museo Moderno) .....	Pág. 04
Família tipográfica completa (Raleway) .....	Pág. 04

## 7. Ícones

Sobre os ícones .....	Pág. 03
-----------------------	---------

## 8. Ativos de marca

Símbolo .....	Pág. 03
---------------	---------

## 9. Exemplos de aplicação

Exemplos de aplicação .....	Pág. 03
-----------------------------	---------

# Introdução

# Introdução

O Instituto de Filosofia e Ciências Humanas tem origem no Departamento de Planejamento Econômico e Social, criado em 1968 na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

Desde os primeiros anos, tem alcançado reconhecimento crescente como polo de pesquisa e ensino de excelência acadêmica, crítico, plural e comprometido com a responsabilidade pública e social da universidade e do conhecimento. Disponibiliza um acervo bibliográfico da área de humanidades e um acervo documental sobre movimentos sociais e políticos referenciais no continente.

Diante de um legado expressivo, reconhecido pela produção de conhecimentos de impacto e pela participação propositiva no debate democrático, tornou-se cada vez mais importante reavaliar a identidade visual do IFCH, a fim de atualizá-la e conciliá-la com o reconhecimento acadêmico.

A identidade visual anterior apresentava desafios significativos: excesso de elementos gráficos, baixa clareza, dificuldade de aplicação em diferentes formatos e ausência de diretrizes que garantissem consistência. Esses fatores limitavam a capacidade de comunicação institucional e o reconhecimento da marca.

# Sobre o manual de marca

O presente manual busca revisar e atualizar essa identidade visual, fortalecer a identidade institucional, aproximar o Instituto de seus diversos públicos e estabelecer orientações claras de uso da marca e suas variações.

A iniciativa surge de um diagnóstico que identificou desafios históricos de comunicação, percepção antiquada e dificuldade de expressar, de forma clara, a relevância e a produção acadêmica do instituto.

Além disso, visa refletir valores como democracia, inclusão, transparência e excelência, tornando a identidade visual um instrumento de pertencimento e reconhecimento.

Entre os principais objetivos estão:

- **Modernizar a Identidade Visual**
- **Fortalecer a Imagem Institucional**
- **Aprimorar a Comunicação**
- **Consolidar Diretrizes de Uso da Marca**

# Missão, Visão e Valores

Obtido a partir de Planejamento Estratégico do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas – 2022-2026 (Aprovado pela Congregação do IFCH em 03 de agosto de 2022)

## Missão

Promover o desenvolvimento e a difusão das Ciências Humanas, em sua diversidade disciplinar, teórica e metodológica, contribuindo para a construção de uma sociedade democrática e menos desigual.

## Visão

Ser um ambiente democrático, inclusivo, participativo, comprometido com a produção acadêmica de excelência e o desenvolvimento social.

## Valores

- Respeito à vida em todas as suas manifestações e aos seus direitos fundamentais (art. 1 a 5);
- Autonomia didático-científica, administrativa e de gestão financeira e patrimonial (art. 207);
- Liberdade e pluralismo de ideias (art. 206), valorizando e respeitando os diversos saberes presentes em nosso instituto;
- Indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão (art. 207), em diálogo com a sociedade;
- Conduta ética, observando:
  - A legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência (art. 37);
  - Transparência e gestão democrática;
  - Responsabilidade e sustentabilidade administrativa e financeira;
- Ambiente livre de qualquer forma de preconceito, discriminação e assédio;
- Sustentabilidade ambiental (art. 225);
- Educação laica e de excelência como um bem público (art. 19).

# Objetivos do Instituto

**Obtido a partir de Planejamento Estratégico do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas – 2022-2026 (Aprovado pela Congregação do IFCH em 03 de agosto de 2022)**

Tendo em vista nossas qualidades e nossas dificuldades, em função de nossos princípios, valores e missão, definimos que esses são nossos objetivos para o próximo quinquênio.

- Ampliar a disseminação e o impacto da produção da graduação, pós-graduação e extensão do IFCH para a sociedade.
- Fomentar e estimular a inserção no mercado de trabalho dos nossos estudantes egressos.
- Incentivar a formação continuada de funcionários técnico-administrativos e de docentes em cargos de gestão.
- Fomentar as atividades de extensão e sua vinculação com as atividades de ensino e pesquisa.
- Ampliar as políticas de acessibilidade, nas dimensões tecnológica, informacional e infraestrutural.
- Valorizar e fortalecer os processos de internacionalização do IFCH.
- Institucionalizar as atividades de extensão e integrá-las ao processo de sua curricularização.
- Consolidar as normas pertinentes ao funcionamento do IFCH e dar visibilidade a elas.
- Fortalecer e ampliar, no âmbito do IFCH, as políticas de inclusão e de permanência estudantil, e contribuir, no âmbito da Unicamp, com essas políticas.
- Integrar docentes, discentes e pesquisadores de diferentes áreas e linhas de pesquisa, de modo a desenvolver projetos conjuntos e potencializar a utilização de recursos e instrumentos de pesquisa, ensino e extensão.
- Aprimorar os fluxos administrativos para agilizar processos e facilitar o trabalho de funcionários técnico-administrativos e docentes em cargos de gestão.
- Adequar e atualizar a Infraestrutura, técnica, informacional e física do IFCH.

# Objetivos do Projeto

O projeto de reformulação da marca do IFCH busca renovar a identidade visual e tornar a comunicação mais clara, acessível e representativa. A iniciativa nasce do desejo de reforçar a relevância do instituto e aproximá-lo da sociedade, alinhando sua imagem aos valores de democracia, inclusão e excelência acadêmica.

Principais objetivos:

- Modernizar a identidade visual e torná-la flexível e consistente em todos os formatos.
- Fortalecer a imagem institucional como referência em Ciências Humanas no Brasil e no mundo.
- Melhorar a comunicação, com um site acessível e materiais mais organizados.
- Criar pertencimento, tornando o IFCH mais acolhedor e próximo dos públicos.
- Estabelecer diretrizes de uso, garantindo coerência e clareza em todas as aplicações da marca.

# **Tom de voz e comunicação**

# Tom de Voz

O tom de voz do IFCH busca equilibrar a tradição acadêmica com a proximidade e a abertura ao diálogo. A comunicação deve refletir os valores institucionais de excelência, compromisso social e respeito à diversidade, sem perder clareza e acessibilidade.

## Características principais:

**Institucional acessível** – Mantém o cuidado formal necessário ao contexto universitário, mas evita excessos de linguagem burocrática.

**Acolhedor e claro** – Promove uma sensação de pertencimento, estimulando o diálogo e a aproximação com diferentes públicos.

**Consistente e confiável** – Reforça a autoridade acadêmica do Instituto sem parecer distante ou antiquado.

**Respeitoso e democrático** – Reconhece a pluralidade de ideias, opiniões e trajetórias presentes na comunidade.

A voz do instituto deve soar como uma referência segura que também acolhe, informa e inspira. Quando possível, priorizar frases diretas e objetivas, evitando jargões excessivos. A formalidade deve ser leve: próxima, mas profissional.

# Comunicação

A comunicação do IFCH deve expressar seus princípios institucionais de forma clara, consistente e acessível. Todas as peças, impressas ou digitais, devem refletir a identidade visual e reforçar o vínculo com a Unicamp.

## Diretrizes gerais:

### Clareza e objetividade

Mensagens diretas, evitando ambiguidade e termos excessivamente técnicos. O público deve compreender facilmente o conteúdo.

### Consistência visual

Usar sempre a paleta de cores, tipografia e elementos definidos neste manual. Variações não previstas devem ser evitadas.

### Acessibilidade

Garantir legibilidade, contraste adequado e recursos que contemplem diferentes públicos e necessidades.

### Tom e formatos

Equilibrar formalidade institucional com linguagem acolhedora. Utilizar imagens, ícones e infográficos que facilitem a compreensão.

A comunicação do IFCH deve unir autoridade acadêmica e proximidade, promovendo diálogo e fortalecendo a imagem pública do Instituto.

Recomenda-se a utilização das **orientações de linguagem simples e inclusiva** desenvolvidas pela Unicamp, disponível em <https://linguagensimples.unicamp.br/>

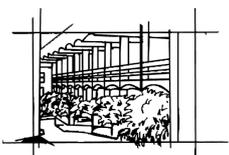
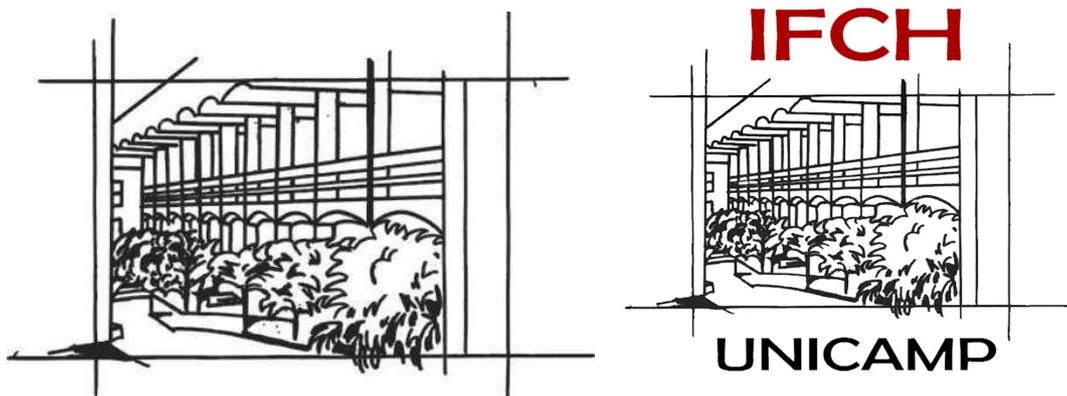
# **Painel Visual e Referências**

# Marca anterior

A identidade visual anterior cumpriu relevante papel na história do IFCH, representando seu compromisso com a educação pública e a produção acadêmica de excelência.

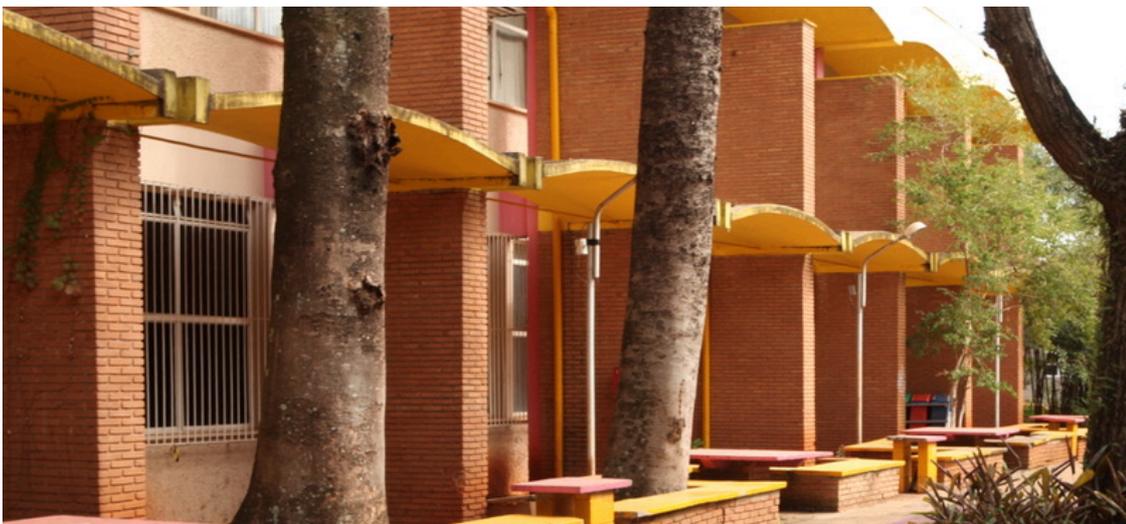
Seus elementos gráficos, embora simbólicos, apresentavam desafios práticos. A composição continha diversos componentes visuais que, em algumas situações, dificultavam a clareza e a aplicação em diferentes formatos e tamanhos. A ausência de um manual oficial também resultava em usos variados, sem padronização, comprometendo a consistência institucional.

Com o tempo, essas questões tornaram-se mais evidentes, reforçando a necessidade de atualizar a marca. O novo projeto buscou preservar aspectos significativos da identidade anterior, ao mesmo tempo em que trouxe melhorias de legibilidade, flexibilidade e alinhamento com os valores contemporâneos do Instituto.



INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS

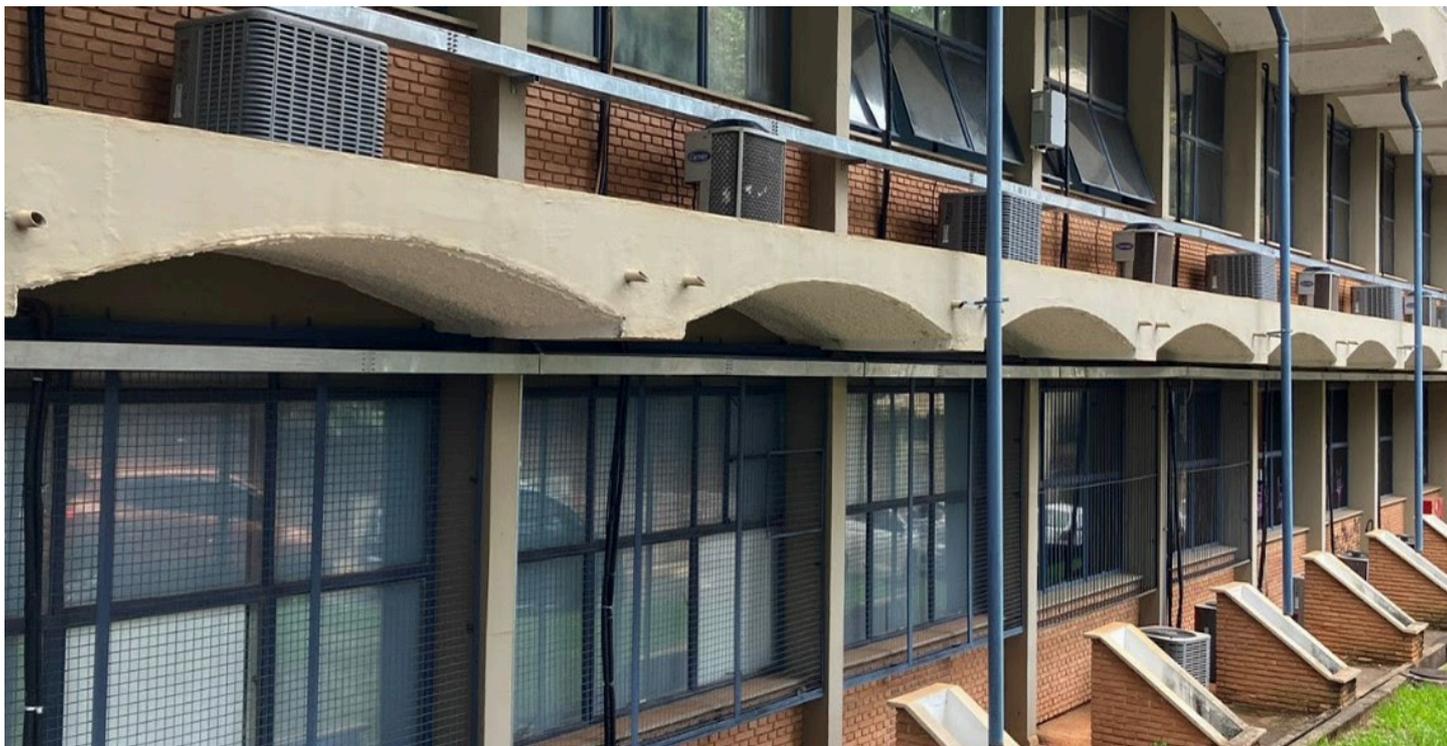
# Referências visuais



# Referências visuais



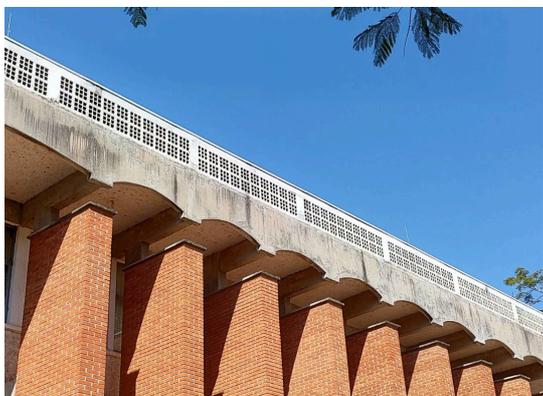
# Referências visuais



# Referências visuais

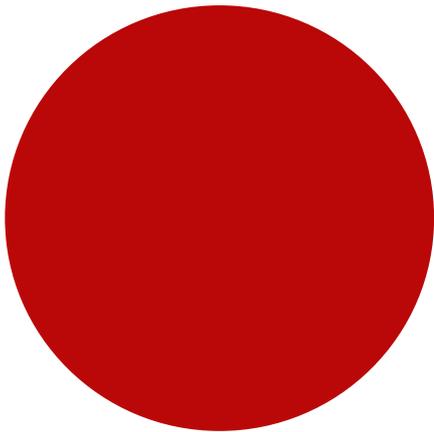


# Referências visuais



**Cores**

# Cores principais (ficha)



## Vermelho

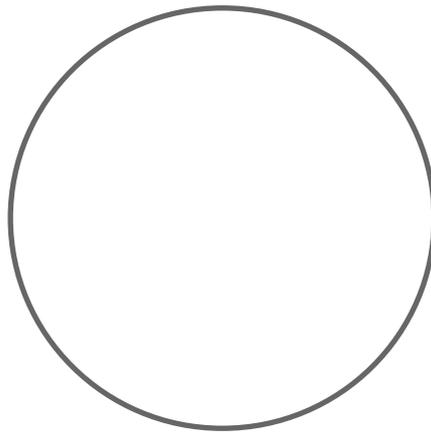
**Hexadecimal** #BB0909

**RGB** R187 G9 B9

**HSL** H0 S91 L38

**CMYK** C18 M100 Y100 K9

**Pantone** 3517 C



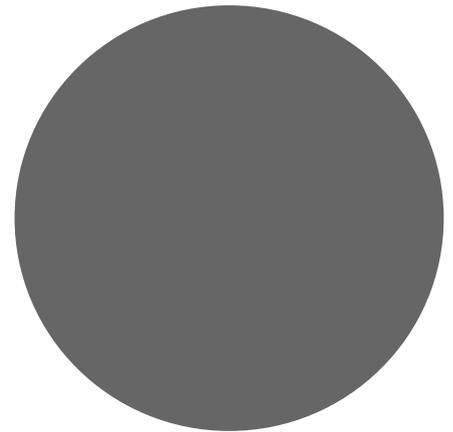
## Branco

**Hexadecimal** #FFFFFF

**RGB** R255 G255 B255

**HSL** H0 S0 L100

**CMYK** C0 M0 Y0 K0



## Cinza Escuro

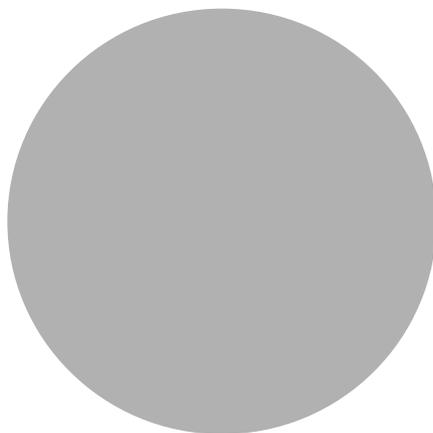
**Hexadecimal** #666666

**RGB** R102 G102 B102

**HSL** H0 S0 L40

**CMYK** C0 M0 Y0 K75

**Pantone** 4195 C



## Cinza Médio

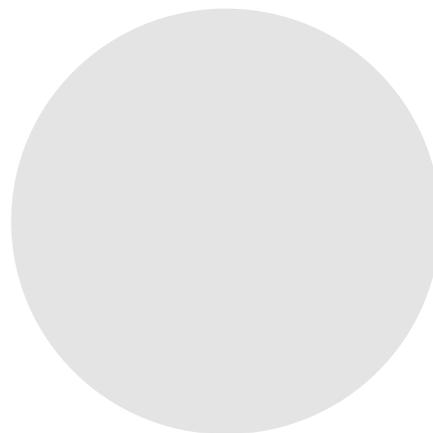
**Hexadecimal** #B2B2B2

**RGB** R178 G178 B178

**HSL** H0 S0 L70

**CMYK** C0 M0 Y0 K40

**Pantone** 4281 C



## Cinza Claro

**Hexadecimal** #E5E5E5

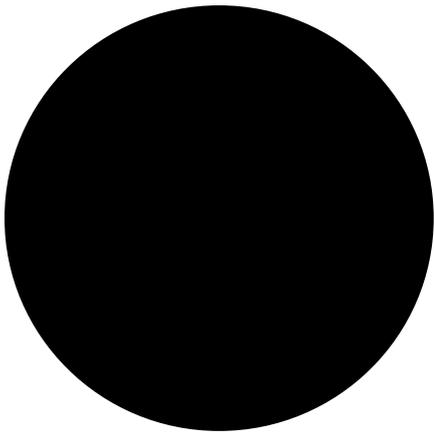
**RGB** R229 G229 B229

**HSL** H0 S0 L90

**CMYK** C0 M0 Y0 K15

**Pantone** 663 C

# Cores secundárias (ficha)



## Preto

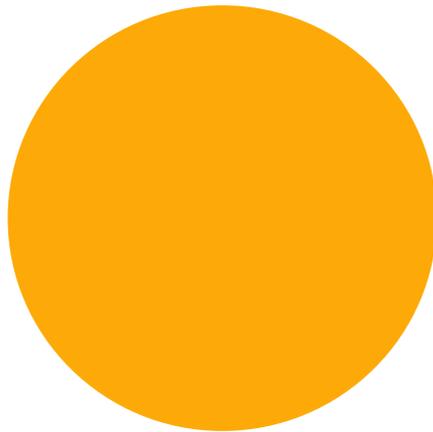
**Hexadecimal** #000000

**RGB** R0 G0 B0

**HSL** H0 S0 L0

**CMYK** C100 M100 Y100 K100

**Pantone** Black 6 C



## Amarelo

**Hexadecimal** #FDAB08

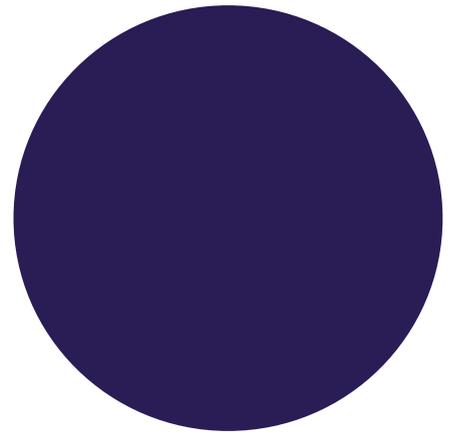
**RGB** R187 G9 B9

**HSL** H0 S91 L38

**CMYK** C18 M100 Y100 K9

**Pantone** 3517 C

\*Utilização permitida somente em casos EXCEPCIONAIS



## Azul Escuro

**Hexadecimal** #2B1D55

**RGB** R0 G0 B0

**HSL** H0 S0 L0

**CMYK** C100 M100 Y100 K100

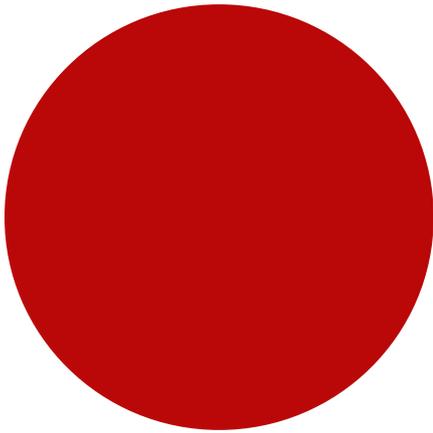
**Pantone** Black 6 C

\*Utilização permitida somente em casos EXCEPCIONAIS

# Gradação de cores



# Cores principais | vermelho



## Vermelho

**Hexadecimal** #BB0909

**RGB** R187 G9 B9

**HSL** H0 S91 L38

**CMYK** C18 M100 Y100 K9

**Pantone** 3517 C

O vermelho é uma cor que desperta emoções intensas e simboliza tanto a energia vital quanto a transformação.

Associado ao movimento, ao dinamismo e ao compromisso, ele carrega um papel de destaque na identidade visual do Instituto.

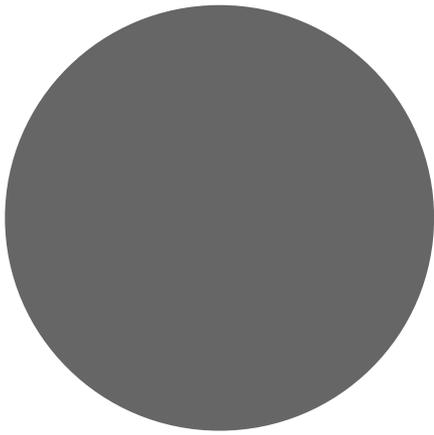
Segundo Eva Heller no livro Psicologia das Cores, "o vermelho é a cor de todas as paixões – do amor ao ódio", representando também a coragem e a força coletiva.

Ao ser aplicado na comunicação institucional, reforça a presença marcante e o envolvimento ativo com a sociedade, sem abrir mão da clareza.

Seu uso deve transmitir proximidade, impulso criativo e a capacidade de questionar e inovar, valores centrais à atuação acadêmica.

Como cor principal, o vermelho estabelece vínculos com a história de luta e participação democrática que inspiram o IFCH.

# Cores principais | Cinzas



## Cinza Escuro

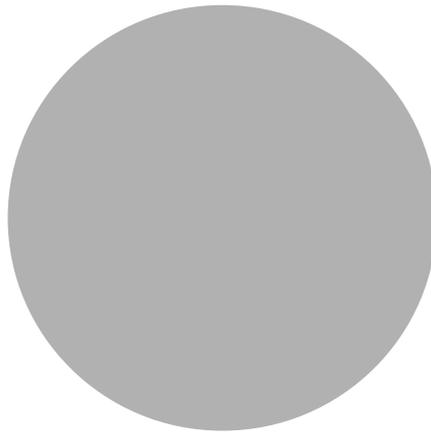
**Hexadecimal** #666666

**RGB** R102 G102 B102

**HSL** H0 S0 L40

**CMYK** C0 M0 Y0 K75

**Pantone** 4195 C



## Cinza Médio

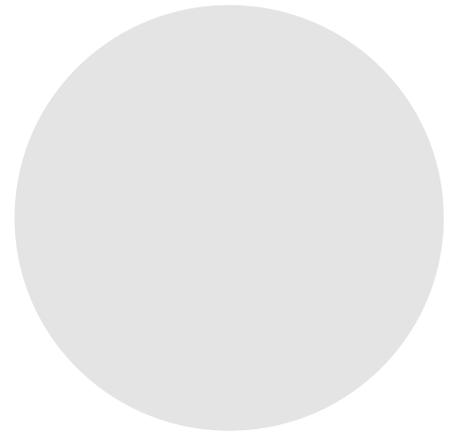
**Hexadecimal** #B2B2B2

**RGB** R178 G178 B178

**HSL** H0 S0 L70

**CMYK** C0 M0 Y0 K40

**Pantone** 4281 C



## Cinza Claro

**Hexadecimal** #E5E5E5

**RGB** R229 G229 B229

**HSL** H0 S0 L90

**CMYK** C0 M0 Y0 K15

**Pantone** 663 C

O cinza complementa o vermelho ao trazer equilíbrio, tradição e sobriedade à composição visual.

Essa cor simboliza neutralidade, reflexão e ponderação, qualidades essenciais para uma instituição dedicada à produção crítica de conhecimento.

Para Eva Heller, "o cinza é a cor sem caráter, da teoria e do passado", características que, ressignificadas, evocam a memória, a estabilidade e o cuidado com a tradição.

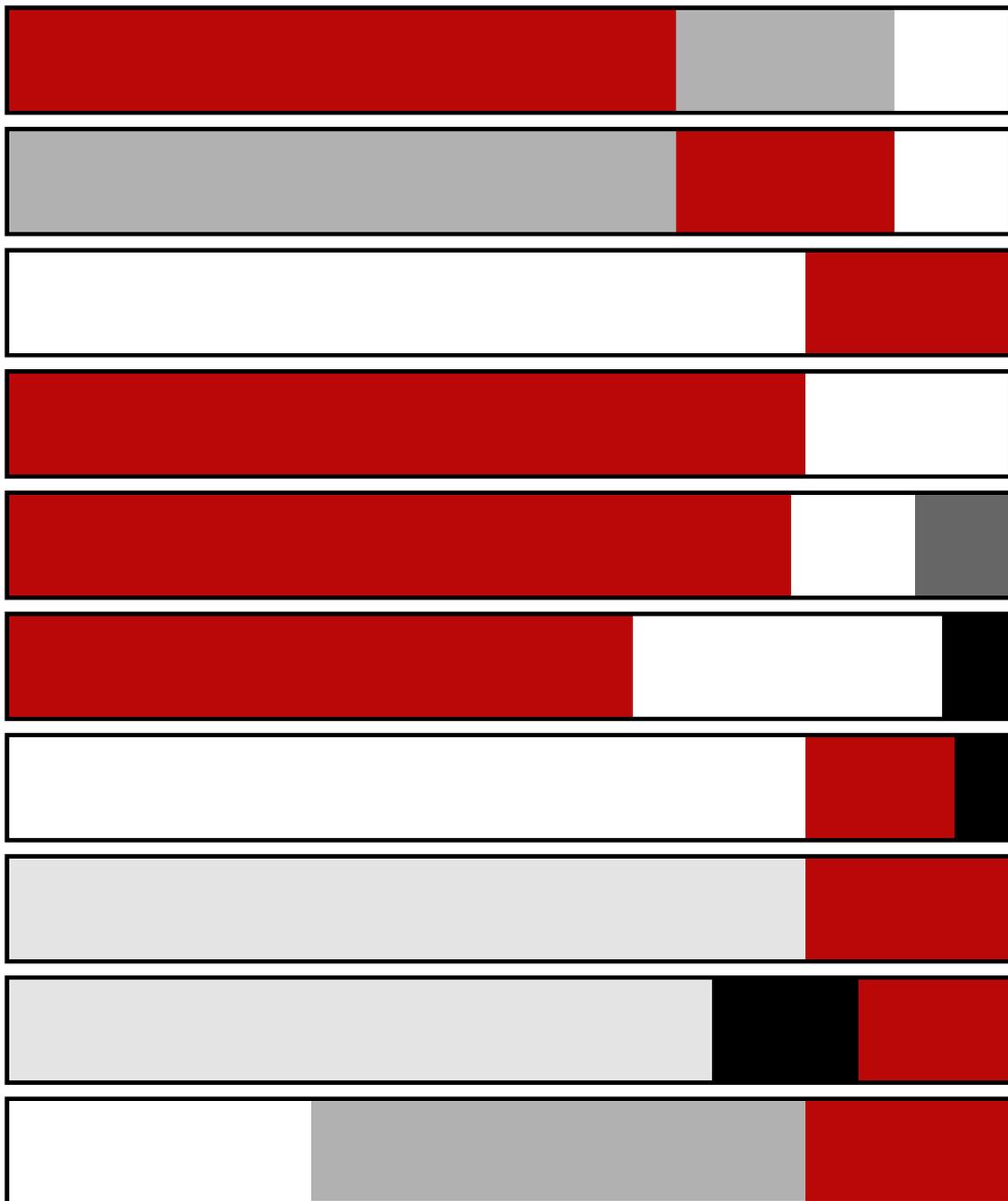
Sua presença na identidade visual do IFCH cria contraste com o dinamismo do vermelho, oferecendo uma base sólida que sustenta a expressão contemporânea.

O cinza representa o espaço de diálogo entre diferentes ideias, reforçando a pluralidade e o compromisso com a construção coletiva de saberes.

# Acordes cromáticos

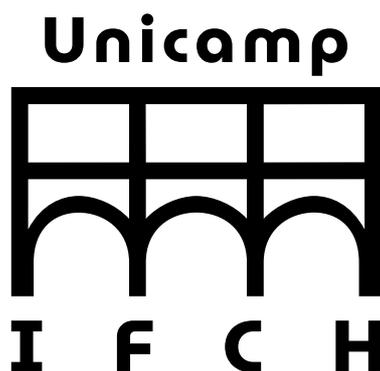
Combinações sugeridas, derivadas da paleta principal que orientam as **proporções de utilização das cores**, garantindo harmonia, contraste e coerência visual.

Podem ser utilizadas outras proporções desde que seja observada a **coerência visual** dos acordes cromáticos previstos.



**Logotipo**

# Sobre o logotipo



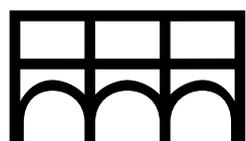
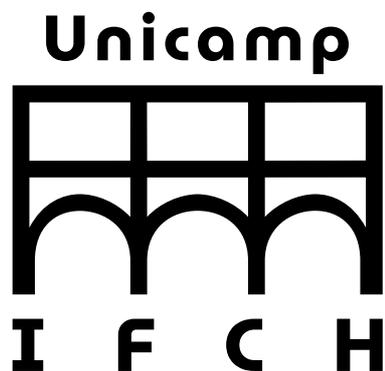
A criação do novo logotipo do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas parte do respeito à história e à memória visual da instituição. Inspirada na marca anterior, a nova identidade preserva o elemento do arco, um símbolo marcante presente nas laterais do prédio do instituto e na percepção coletiva da comunidade acadêmica.

O arco, além de evocar a arquitetura característica do Instituto, representa **abertura, acolhimento e conexão**, valores essenciais para uma instituição que busca ser referência nacional e internacional na produção de conhecimento e na difusão das ciências humanas.

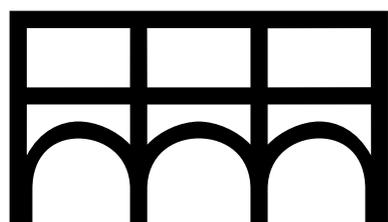
**A nova forma foi redesenhada com foco na clareza e na pregnância, eliminando excessos gráficos que comprometiam a aplicação em tamanhos reduzidos e diferentes suportes.**

O desenho simplificado fortalece a presença institucional e facilita o reconhecimento imediato, sem perder o vínculo com o passado. Essa síntese entre **tradição e modernidade** busca reafirmar a identidade do IFCH como um lugar plural, acessível e comprometido com a excelência acadêmica.

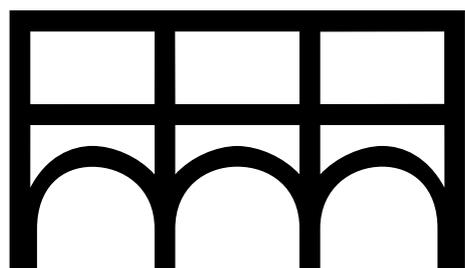
# Logotipo (Preto)



**Instituto de Filosofia e Ciências Humanas**



**Instituto de Filosofia  
e Ciências Humanas**



**Instituto de  
Filosofia e  
Ciências Humanas**

# Grade de construção

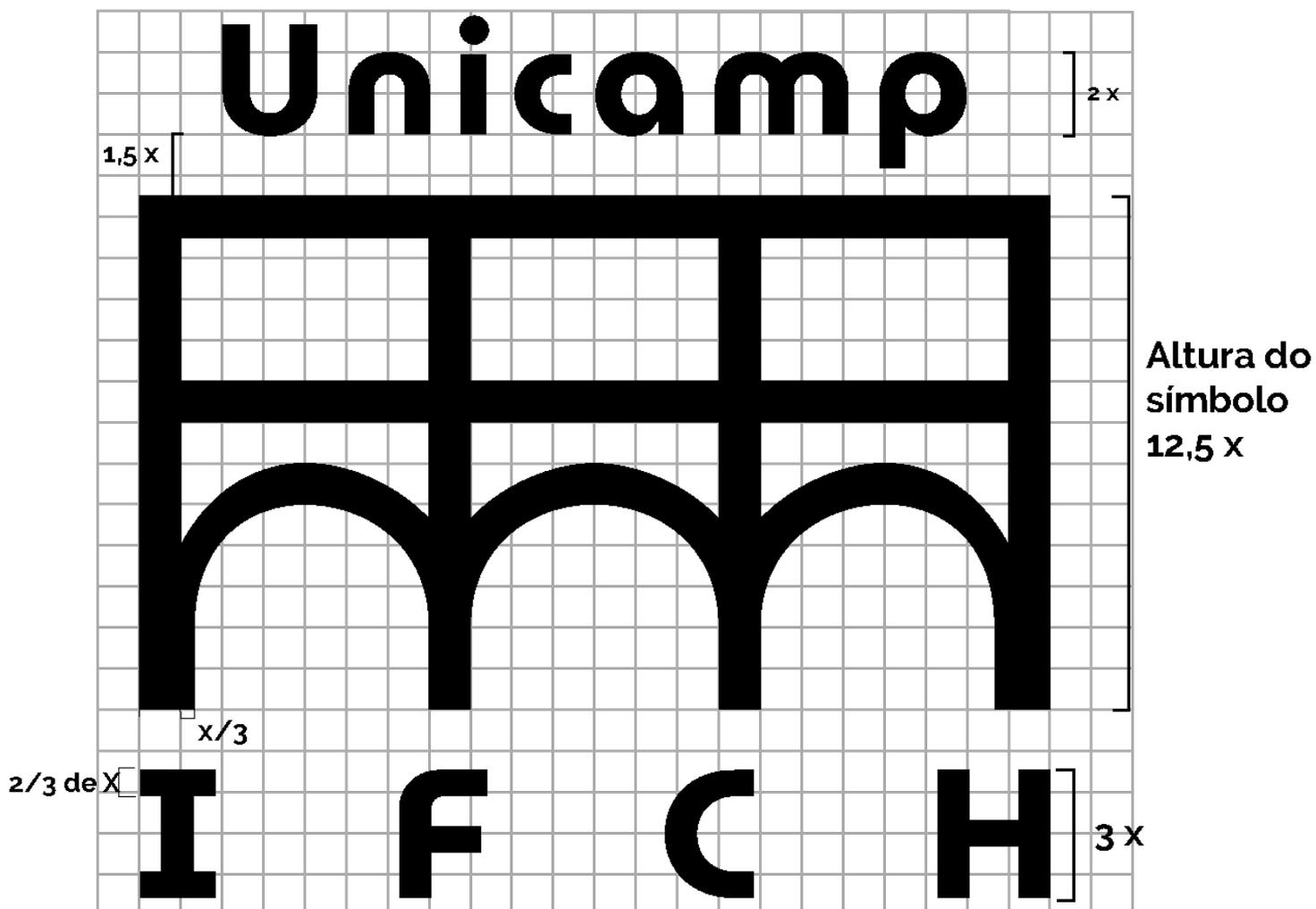
Módulo



X

Largura Total: 22 x

18 x



# Orientações sobre utilização

## Espaçamento (versão horizontal)

O espaçamento padrão entre símbolo e marca nominal nas versões horizontais é de  $1/3$  da largura utilizada do símbolo.

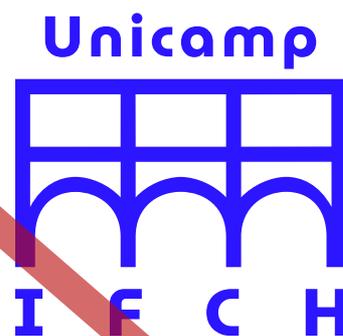


Outros espaçamentos podem ser utilizados desde que respeitem a conexão entre símbolo e marca nominal, não gerando dúvidas a respeito de sua relação.

# Proibições de utilização

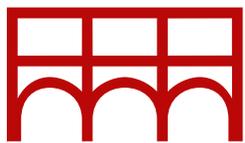
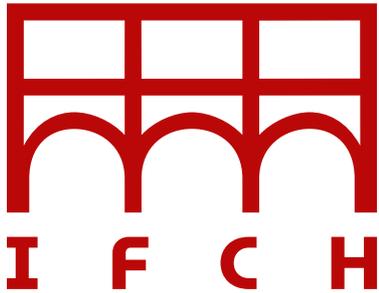
É **EXPRESSAMENTE PROIBIDA** a utilização do logotipo em qualquer uma de suas versões nas seguintes condições:

- Distorcido ou rotacionado
- Em cores diferentes das cores principais da marca
- Em situações de baixo contraste visual e difícil leitura

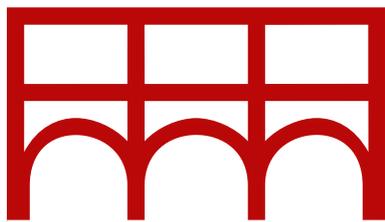


# Logotipo (Vermelho)

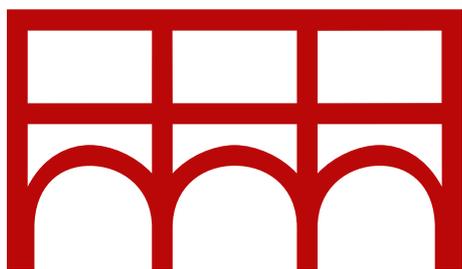
**Unicamp**



**Instituto de Filosofia e Ciências Humanas**

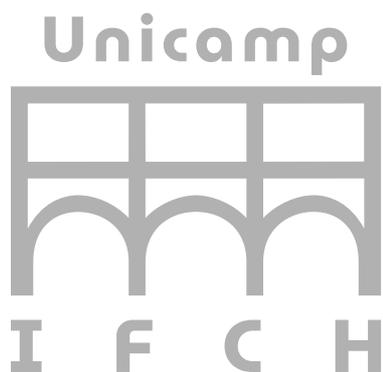


**Instituto de Filosofia  
e Ciências Humanas**

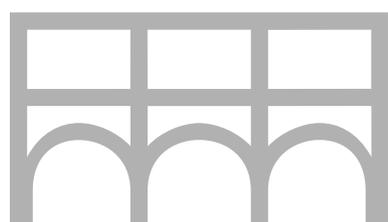


**Instituto de  
Filosofia e  
Ciências Humanas**

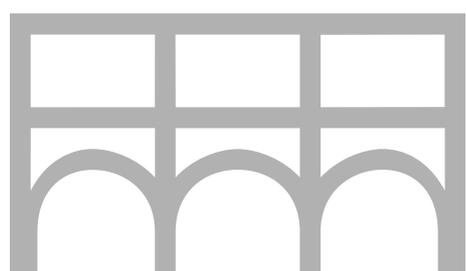
# Logotipo (Cinza)



**Instituto de Filosofia e Ciências Humanas**

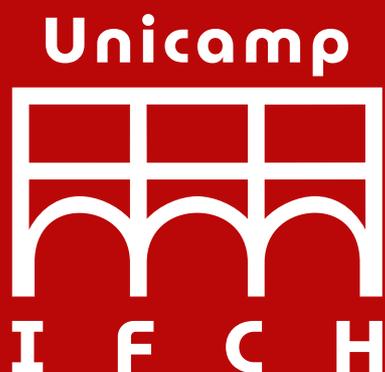


**Instituto de Filosofia  
e Ciências Humanas**

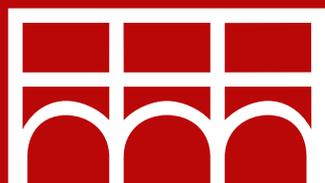


**Instituto de  
Filosofia e  
Ciências Humanas**

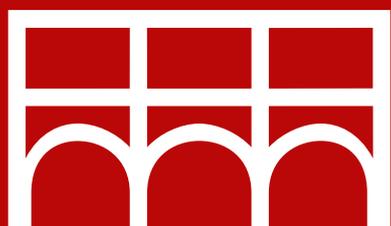
# Logotipo (Negativo)



**Instituto de Filosofia e Ciências Humanas**



**Instituto de Filosofia  
e Ciências Humanas**



**Instituto de  
Filosofia e  
Ciências Humanas**

**Tipografia**

# Licença das fontes



# Google Fonts

As fontes utilizadas na identidade visual do IFCH são de uso gratuito, disponíveis na plataforma Google Fonts:

**MuseoModerno** - <https://fonts.google.com/specimen/MuseoModerno>

**Raleway** - <https://fonts.google.com/specimen/Raleway>

Ambas estão licenciadas sob a **SIL Open Font License, versão 1.1**, que permite livre utilização, modificação e distribuição, inclusive para fins comerciais, desde que sejam mantidas as condições da licença.

A licença completa está disponível em:

<https://openfontlicense.org/open-font-license-official-text/>

O uso dessas fontes é seguro, legal e alinhado às diretrizes de código aberto, garantindo acesso democrático e livre para qualquer aplicação da marca.

# Sobre as fontes

## Museo Moderno

A tipografia MuseoModerno foi desenvolvida para o Museo de Arte Moderno de Buenos Aires, refletindo um caráter geométrico, experimental e contemporâneo. Seus traços limpos e formas simples evocam as vanguardas europeias do início do século XX, alinhando-se ao conceito de inovação e dinamismo e chamam atenção de forma elegante quando usadas em tamanhos grandes, como logotipos e títulos. Isso contribui para transmitir uma imagem moderna e de impacto.

### Aspectos conceituais relevantes

- Inovação e vanguarda visual
- Geometria que evoca modernidade
- Caráter autoral e exclusivo, reforçando identidade única
- Seriedade institucional com impacto contemporâneo

### Aplicações principais:

- Logotipo institucional (uso obrigatório)
- Títulos muito específicos e oficiais, sempre com atenção rigorosa aos caracteres e à seriedade visual

Seu uso deve restringir-se somente ao logotipo e a títulos excepcionais e autorizados, para preservar exclusividade e força conceitual. Em qualquer outra situação, recomenda-se evitar seu emprego devido à redução da legibilidade e risco de descaracterizar a identidade.

# Sobre as fontes

## Raleway

Raleway é uma família tipográfica sans-serif neo-grotesca criada por Matt McInerney e expandida por Pablo Impallari. Seu desenho é minimalista, com proporções amplas e traços uniformes que transmitem elegância, neutralidade e clareza. A versatilidade da família, disponível em nove pesos e estilos itálicos, permite hierarquização e adaptação a diferentes contextos.

### Aspectos conceituais relevantes:

- Modernidade e profissionalismo
- Leitura fluida em ambientes impressos e digitais
- Aparência contemporânea sem perder sobriedade

### Aplicações principais:

- Textos corridos
- Títulos, subtítulos e etc
- Interfaces digitais

Recomendações de uso: Para títulos de maior destaque, utilizar pesos Bold, Extrabold ou Black. Para corpo de texto, Regular ou Medium garantem conforto de leitura.





# Familia tipográfica completa

## Raleway

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'—()[]{}.../\|@#\$%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±µ÷×€£¢¥¦¸´`^ ~ ¨ ° ˇ ˘ ˙ ˚ ˛ ˜ ˝ ˞ ˟ ˠ ˡ ˢ ˣ ˤ ˥ ˦ ˧ ˨ ˩ ˪ ˫ ˬ ˭ ˮ ˯ ˰ ˱ ˲ ˳ ˴ ˵ ˶ ˷ ˸ ˹ ˺ ˻ ˼ ˽ ˾ ˿**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'—()[]{}.../\|@#\$%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±µ÷×€£¢¥¦¸´`^ ~ ¨ ° ˇ ˘ ˙ ˚ ˛ ˜ ˝ ˞ ˟ ˠ ˡ ˢ ˣ ˤ ˥ ˦ ˧ ˨ ˩ ˪ ˫ ˬ ˭ ˮ ˯ ˰ ˱ ˲ ˳ ˴ ˵ ˶ ˷ ˸ ˹ ˺ ˻ ˼ ˽ ˾ ˿**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'—()[]{}.../\|@#\$%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±µ÷×€£¢¥¦¸´`^ ~ ¨ ° ˇ ˘ ˙ ˚ ˛ ˜ ˝ ˞ ˟ ˠ ˡ ˢ ˣ ˤ ˥ ˦ ˧ ˨ ˩ ˪ ˫ ˬ ˭ ˮ ˯ ˰ ˱ ˲ ˳ ˴ ˵ ˶ ˷ ˸ ˹ ˺ ˻ ˼ ˽ ˾ ˿**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'—()[]{}.../\|@#\$%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±µ÷×€£¢¥¦¸´`^ ~ ¨ ° ˇ ˘ ˙ ˚ ˛ ˜ ˝ ˞ ˟ ˠ ˡ ˢ ˣ ˤ ˥ ˦ ˧ ˨ ˩ ˪ ˫ ˬ ˭ ˮ ˯ ˰ ˱ ˲ ˳ ˴ ˵ ˶ ˷ ˸ ˹ ˺ ˻ ˼ ˽ ˾ ˿**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'—()[]{}.../\|@#\$%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±µ÷×€£¢¥¦¸´`^ ~ ¨ ° ˇ ˘ ˙ ˚ ˛ ˜ ˝ ˞ ˟ ˠ ˡ ˢ ˣ ˤ ˥ ˦ ˧ ˨ ˩ ˪ ˫ ˬ ˭ ˮ ˯ ˰ ˱ ˲ ˳ ˴ ˵ ˶ ˷ ˸ ˹ ˺ ˻ ˼ ˽ ˾ ˿**



# Familia tipográfica completa

## Raleweay

**ABCDEFGHIJKLMN****OPQRSTUVWXYZ****abcdefghijklmnop**  
**opqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\\|@#\$**  
**%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥' ` ^ ~ " ° ~ ~ ' " ° , °**

**ABCDEFGHIJKLMN****OPQRSTUVWXYZ****abcdefghijklmnop**  
**opqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\\|@#\$**  
**%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥' ` ^ ~ " ° ~ ~ ' " ° , °**

**ABCDEFGHIJKLMN****OPQRSTUVWXYZ****abcdefghijklmnop**  
**opqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\\|@#\$**  
**%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥' ` ^ ~ " ° ~ ~ ' " ° , °**

**ABCDEFGHIJKLMN****OPQRSTUVWXYZ****abcdefghijklmnop**  
**opqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\\|@#\$**  
**%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥' ` ^ ~ " ° ~ ~ ' " ° , °**

**ABCDEFGHIJKLMN****OPQRSTUVWXYZ****abcdefghijklmnop**  
**opqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\\|@#\$**  
**%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥' ` ^ ~ " ° ~ ~ ' " ° , °**

# Familia tipográfica completa

## Raleway

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\|@#\$%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥' ` ^ ~ " ° ~ ~ ' " ° °

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\|@#\$%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥' ` ^ ~ " ° ~ ~ ' " ° °

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\|@#\$%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥' ` ^ ~ " ° ~ ~ ' " ° °

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\|@#\$%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥' ` ^ ~ " ° ~ ~ ' " ° °

# Familia tipográfica completa

## Raleway

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\\|@#\$%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥' ` ^ ~ " ° ~ ~ ' " , ° ,**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\\|@#\$%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥' ` ^ ~ " ° ~ ~ ' " , ° ,**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\\|@#\$%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥' ` ^ ~ " ° ~ ~ ' " , ° ,**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\\|@#\$%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥' ` ^ ~ " ° ~ ~ ' " , ° ,**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\\|@#\$%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥' ` ^ ~ " ° ~ ~ ' " , ° ,**

# Familia tipográfica completa

## Raleway

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
stuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\|@#\$  
%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥´`^~"°~`´"´°´

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
stuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\|@#\$  
%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥´`^~"°~`´"´°´

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
stuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\|@#\$  
%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥´`^~"°~`´"´°´

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
rstuvwxyz0123456789.,:;!?"'---()[]{}.../\|@#\$  
%&\*+=<>^\_~`©®™°¶§†‡±μ÷×€£¢¥´`^~"°~`´"´°´

**Ícones**

# Sobre ícones



A **utilização de ícones deve priorizar a biblioteca Font Awesome**, que oferece ampla variedade, padronização e clareza visual, garantindo alinhamento com a identidade do IFCH.

**Para acessar os ícones da biblioteca basta acessar:**

**<https://fontawesome.com/>**

## **Licença Font Awesome**

Os ícones Font Awesome estão licenciados sob a Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0), que permite uso livre, inclusive comercial, desde que seja atribuída a devida autoria. Acesse a licença completa em:

**<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>**

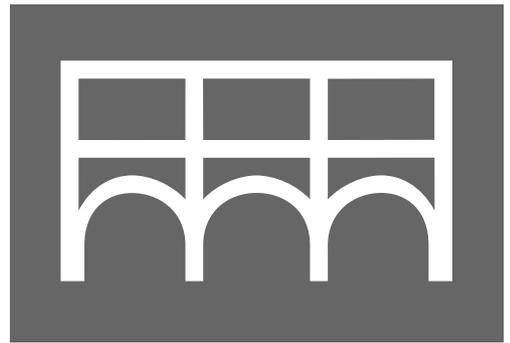
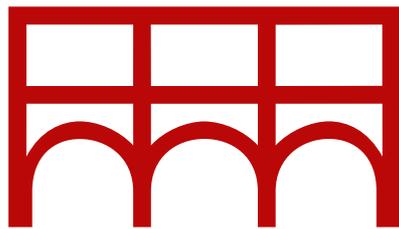
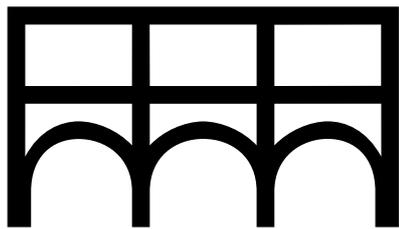
**Caso não exista um ícone que represente de forma clara o conceito desejado**, recomenda-se optar por soluções textuais para preservar a coerência visual.

Em situações **excepcionais**, é permitido utilizar ícones de outras fontes, desde que:

- Estejam sob licença Creative Commons (preferencialmente CC BY 4.0 ou equivalente) ou outra licença livre compatível;
- Respeitem a coerência visual da marca, considerando traço, espessura, proporção e estilo.

**Ativos de Marca**

# Símbolo

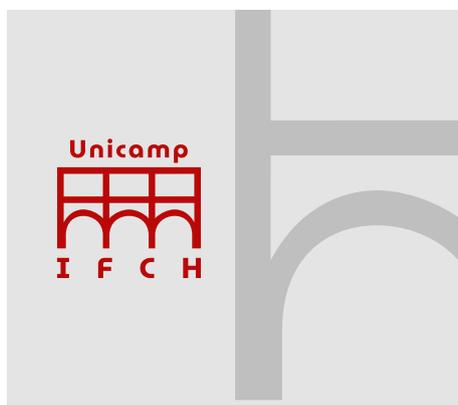


O **símbolo isolado** pode ser utilizado apenas quando o nome completo “Instituto de Filosofia e Ciências Humanas” e a identificação da Unicamp estiverem presentes de forma clara e legível na composição.

É **obrigatório garantir a vinculação evidente ao IFCH e à Unicamp**. O símbolo não deve competir visualmente com outras marcas, nem gerar dúvidas sobre sua autoria institucional.

O **uso como elemento gráfico de apoio** em padrões, texturas e composições, é permitido, desde que sempre acompanhado do logotipo completo em local visível e com destaque.

**Não utilize o símbolo isolado como assinatura institucional nem em situações que comprometam a identificação do IFCH e sua relação com a Unicamp.**



Exemplo de utilização de símbolo como elemento gráfico de apoio em composição

# Exemplos de Aplicação



