



# INCIS

Instituto de  
Ciências Sociais



MANUAL DE MARCA . 2022



## AS TRÊS ESFERAS, O INDIVÍDUO E A SOCIEDADE

Na Marca INCIS, a criação da identidade visual foi orientada pelas 3 principais áreas presentes no Instituto de Ciências Sociais da UFU: Antropologia, Sociologia e Ciência Política.

Escolhemos conectar essas três esferas de conhecimento através de ilustrações conceituais. O objetivo foi criar uma identidade humanizada e que relacionasse o individual com o coletivo, que pudesse transpor os limites institucionais da Universidade e atingir uma representação do humano e seus atravessamentos com a vida em sociedade.



**INCIS**



**INCIS**



**INCIS**



**INCIS**

# 1. ELEMENTOS DA LOGO



## SÍMBLO

O Símbolo do INCIS se constitui de 3 esferas de cores diferentes, representando as áreas de abrangência do Instituto. As formas abstratas seguem os círculos se aproximando de membros, e os contextualizando como cabeças desses **corpos que se relacionam na composição circular.**

# INCIS

## Instituto de Ciências Sociais

## TIPOGRAFIA PRINCIPAL

Escrita em maiúsculas para marcar a abreviação do nome do Instituto. A tipografia escolhida é sólida, sem perder suas curvas orgânicas e serifas humanistas. A progressão contínua das letras (uma letra quase se conectando à próxima) faz menção à fontes escritas à mão, mas sem perder o formalismo de **uma sigla institucional.**

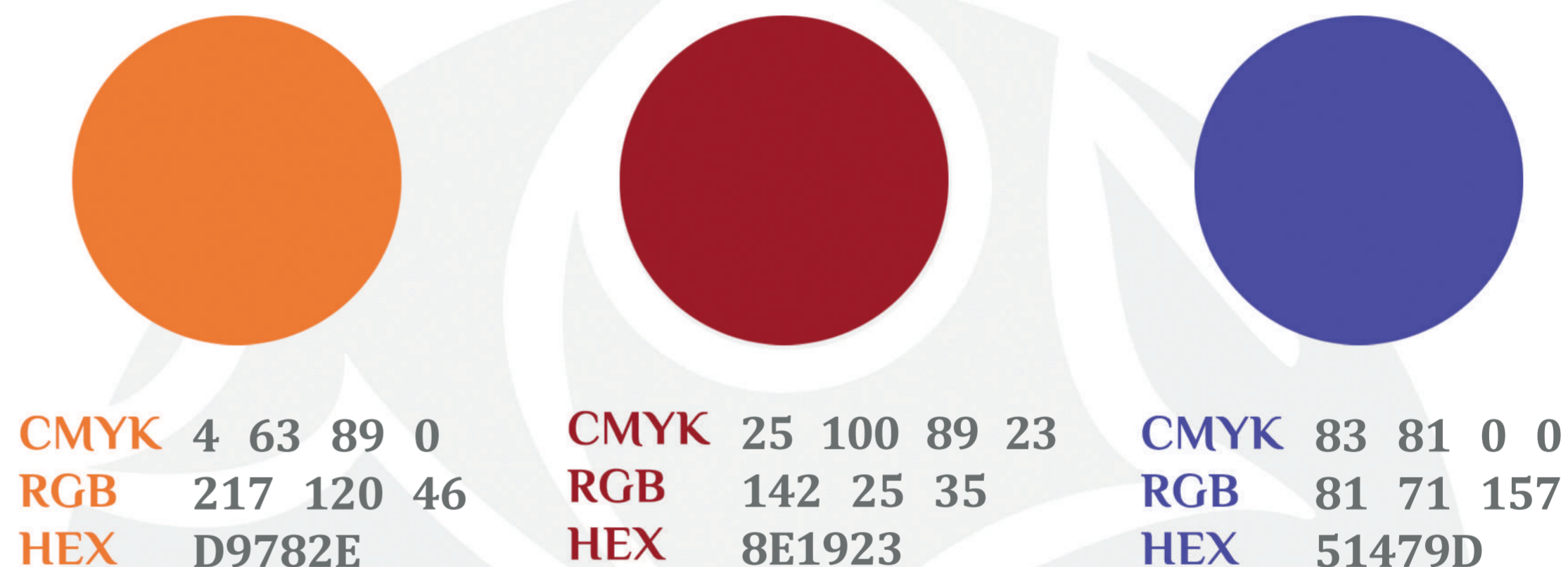
## TIPOGRAFIA AUXILIAR

O nome completo do Instituto esclarece a sigla e compõe o formato completo da Logo. Agora em minúsculas, relaciona a **intelectualidade da escrita e da pesquisa** formal com uma organicidade delicada, com letras circulares que remetem ao símbolo esférico e às relações sociais.

## 2. PALETA DE CORES

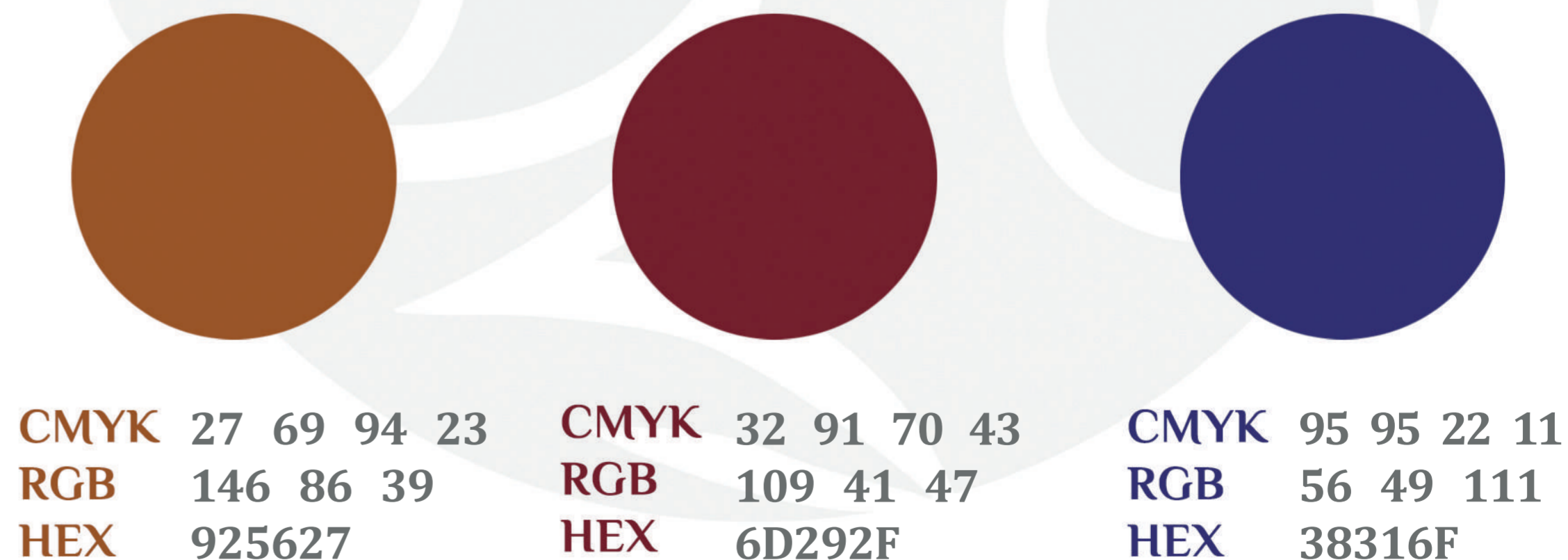
### PALETA PRINCIPAL

O esquema cromático da marca segue características de suas esferas de estudo. O vermelho é o embate público, as dinâmicas sociais e as lutas coletivas estudadas pela **Sociologia**. O laranja remete a tons terrosos da cerâmica, da terra e as raízes, uma cor vibrante que dança e canta a ancestralidade examinada pela **Antropologia**. Já o Violeta segue a intelectualidade da análise política, trazendo a sabedoria necessária para a oratória e o discurso na **Ciência Política**.



### PALETA SECUNDÁRIA

Para possibilitar um bom contraste com as cores vibrantes da paleta principal, temos cores auxiliares que podem ser usadas em detalhes ou backgrounds. Essas cores **não devem nunca ser usadas isoladamente**, e devem sempre acompanhar suas cores correspondentes na paleta principal.



### 3. ÁREAS DE PROTEÇÃO

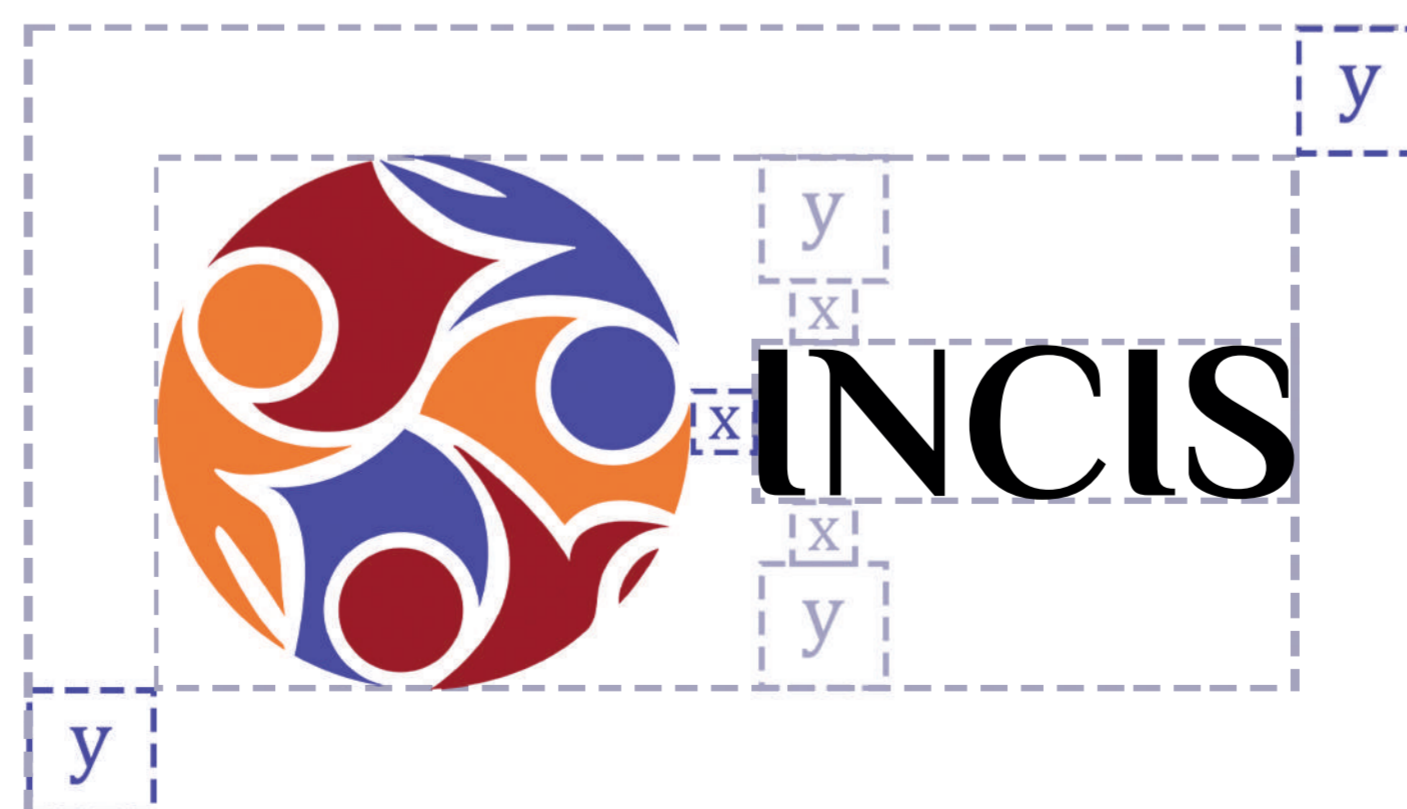
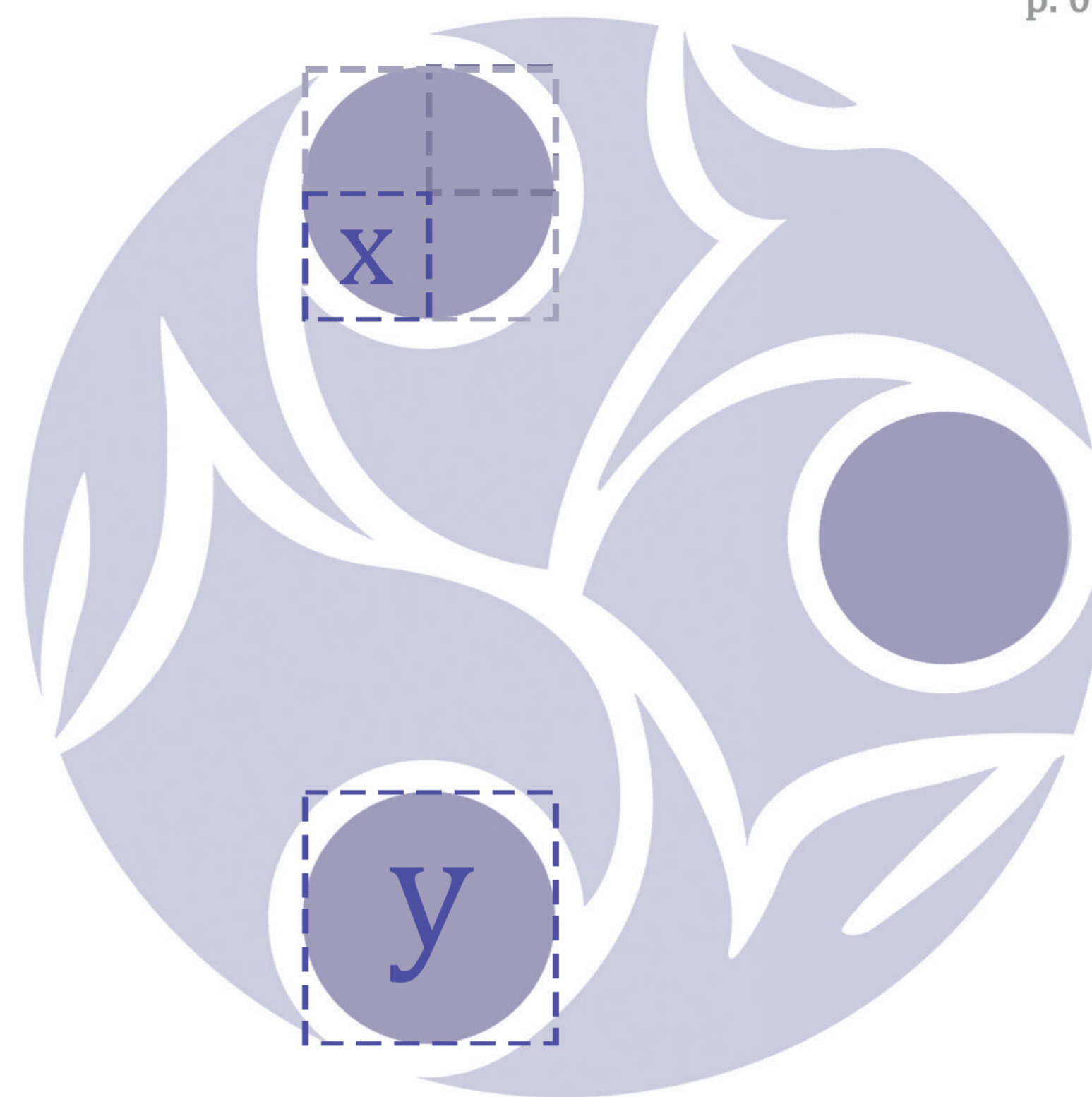
As áreas de exclusão da Marca INCIS servem para proteger a logo de possíveis interferências externas - como outras logos, imagens, e ruídos, indicando a área que deve sempre estar limpa para garantir uma boa apresentação da logo.

#### Unidade “X”

Equivale ao comprimento do Raio de um dos círculos contido no Símbolo. Esta medida é usada para definir a distância entre a Tipografia Principal e Secundária, assim como outras aplicações.

#### Unidade “Y”

Equivale ao dobro do tamanho “X”, é a medida de comprimento do Diâmetro do círculo contido no Símbolo. Esta medida é usada para definir a Proteção Externa e também a distância entre a Tipografia e o Símbolo.



# MOCKUP DE PAPELARIA

Exemplo de aplicação da marca em produtos de Papelaria. Priorizam-se formas circulares e a liberdade cromática da marca INCIS.



## 4. ALINHAMENTO & REDUÇÃO

### ALINHAMENTO VERTICAL E HORIZONTAL

Em seu **formato Vertical**, a sigla INCIS deve estar alinhada ao centro em relação ao Símbolo. Esse formato de logo deve ser usado quando o espaço ao redor não for suficiente para uma boa visualização de seu formato Horizontal. No **formato Horizontal**, a logo possui mais espaço para seu texto completo, e deve ter todos os seus elementos alinhados à esquerda.



### LIMITE DE REDUÇÃO

Respeite sempre as dimensões mínimas para melhor visualização da Logo. Sempre solicite uma impressão de teste aos fornecedores antes de finalizar qualquer material.

O comprimento da tipografia principal da Logo Horizontal Reduzida e Vertical não deve ser reduzida além de 2 cm.

Tamanhos recomendados  
para locais pequenos:





## 5. FUNDOS COLORIDOS

Quando a aplicação da logo for necessária em fundos coloridos ou com ruído, recomenda-se usar uma das 4 soluções apresentadas abaixo, a fim de garantir melhor visibilidade e apresentação da marca INCIS. Os formatos aqui citados não devem substituir o uso da versão Padrão.

**EXEMPLO 1:** para fundos coloridos chapados que sigam a paleta de cores da marca, podem ser aplicados os formatos Monocromáticos: Vermelho, Laranja, Violeta ou Branco, a depender do melhor contraste com a cor de fundo.

**EXEMPLO 2:** para fundos com fotos, vários elementos, com ruído e que não sigam a paleta de cores da marca, a imagem deve ser levemente escurecida e então aplicada a versão Monocromática Branca da logo.

**EXEMPLO 3:** quando o fundo for uma cor chapada mais clara e que não pertença à paleta de cores da marca, pode-se aplicar as versões Monocromáticas Preta ou Branca da logo.

**EXEMPLO 4:** em fundos com muito ruído e grandes variações de cor, saturação e luminosidade, a versão Padrão da logo deve ser aplicada sobre um círculo ou forma geométrica branca.



## 6. DISPLAY EM PRETO E BRANCO

A aplicação da logo em preto e branco é importante para dar mais liberdade à marca, ampliando sua conexão com os mais diferentes fundos, com ou sem cores, focando no melhor contraste possível.

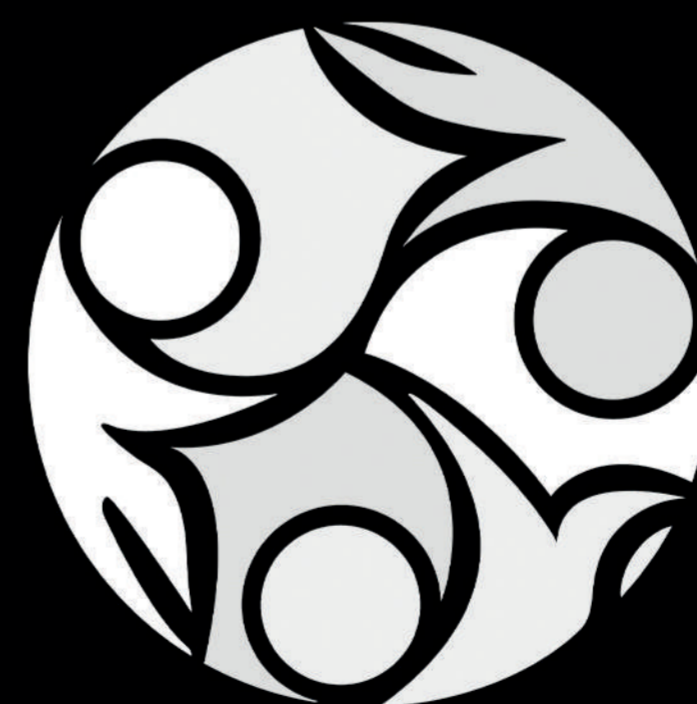
**FUNDO BRANCO:** em fundos brancos a logo deve sempre ser aplicada em seu formato Padrão, com suas 3 cores principais bem visíveis, valorizadas pelo bom contraste com o fundo.

A versão Monocromática Preta da logo deve ser usada apenas em situações excepcionais, como em documentos em preto e branco onde o fundo seja branco mas não haja possibilidade de imprimir o símbolo colorido, ou em situações semelhantes às exemplificadas na página anterior.

**FUNDO PRETO:** em fundos pretos deve se aplicar exclusivamente a versão Monocromática Branca da logo INCIS. A variação das 3 cores é deixada de lado para garantir uma melhor visualização com o alto contraste das formas com o fundo escuro.



INCIS



INCIS

## 7. TIPOGRAFIA

### TÍTULOS E SUBTÍTULOS

A Fonte “**Philosopher**” mescla uma fonte mais formal com uma geometria moderna e linhas orgânicas que conduzem a leitura de forma fluida.

Sua Serifa Humanista é reduzida, mas presente, marcando uma tipografia que remete à intelectualidade e à escrita, mas não se apega ao clássico. Sua versão em Negrito é ótima para títulos e subtítulos, e traz uma estética única nas versões Maiúscula e Minúscula.

**Aa** **Philosopher**  
Family (Regular, Bold & Italic)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

### DESTAQUES E TEXTOS

Cambria é uma fonte básica e amplamente acessível, disponível em programas de texto como Google Docs e Office, tornando-a uma ótima escolha para a leitura e escrita de textos. Suas serifas conduzem a leitura de forma confortável e sua solidez capta bem a atenção do leitor. Sua versão em Negrito pode ser utilizada em frases de destaque e elementos auxiliares.

**Aa** **Cambria**  
Family (Regular, Bold & Italic)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

## 8. CONTRAINDICAÇÕES

Para manter integridade da marca INCIS, alterações exemplificadas a seguir não devem ser feitas:

1 - Contornar a logo ou aplicar sua forma principal em um fundo desfavorável para sua visualização;

2 - Distorcer a logo conforme o espaço disponível;

3 - Redimensionar, rotacionar e desalinhar elementos da logo;

4 - Alterar cores institucionais da logo sem considerar a paleta de cores;

5 - Modificar saturação e brilho das cores da logo;

6 - Aplicar efeitos diretos de sombreamento ou tridimensionais;

7 - Inverter a ordem dos elementos e desrespeitar as áreas de proteção;

8 - Não seguir os exemplos deste manual sobre aplicação da logo em diferentes fundos;

9 - Utilizar formas diferentes de tipografia para o Logotipo, em minúscula ou em cores diferentes.



## 9. ELEMENTOS EXTRAS

### MOCKUPS DE ITENS

Seguindo as regras deste Manual, a marca INCIS pode compor estampas agradáveis e sofisticadas em Banners ou Calendários, Canecas ou Camisetas.



# ELEMENTOS EXTRAS

## ILUSTRAÇÕES

A Marca INCIS também dispõe de 3 ilustrações auxiliares para maior liberdade criativa. Cada ilustração foi feita para representar um aspecto das Ciências Sociais, ilustrando uma ação-ícone.

### SOCIOLOGIA

O levante, amalgamando as lutas sociais, manifestações e dinâmicas de poder.

### CIÊNCIA POLÍTICA

O orador, contemplando o discurso e análise política, com o diálogo como foco.

### ANTROPOLOGIA

O ritual, movimentando-se em dança e vivacidade, tendo o adorno solar na cabeça representando povos originários.



# ELEMENTOS EXTRAS

## PATTERN/PADRÃO

O Pattern é gerado para facilitar a texturização de fundos sólidos de acordo com a identidade da marca Curso de Tradução. Assim, as cores e a composição são enriquecidas de forma simples e a visualização da logo fica mais agradável.

# CONTATO & DÚVIDAS

Para entrar em contato com o INCIS quanto a permissões de uso de sua Identidade Visual, envie um email para a Diretora do Instituto:

**[dirincis@incis.ufu.br](mailto:dirincis@incis.ufu.br)**

Para entrar em contato sobre a aplicação da Identidade Visual INCIS e tirar dúvidas sobre o design e/ou regras deste manual, envie um email para a Empresa Júnior Olho de Peixe:

**[olhodepeixe.ej@gmail.com](mailto:olhodepeixe.ej@gmail.com)**

ou para Igor Herrera, Coordenador deste projeto durante a gestão de 2022 da Olho de Peixe:

**[contato.iherrera@gmail.com](mailto:contato.iherrera@gmail.com)**

## **Participaram na execução deste projeto:**

Roberto Andréas Barbosa de Sá, Maria Gabriely Oliveira, Lorena Silva Araújo e Igor Herrera Santos



**INCIS**