

identidade visual normas gráficas

universidade de aveiro  theoria poiesis praxis

A imagem de uma marca é um dos seus maiores patrimónios. E é por ela, e pelo conjunto de elementos que a formam, explícitos ou implícitos, que a marca é imediatamente reconhecida.

Assim, a observação de critérios rigorosos aquando da comunicação da marca, através da correta utilização dos elementos explícitos como a cor, o tipo de letra, as proporções corretas do logótipo, é fundamental para transmitir de forma adequada os elementos implícitos, que são os valores intrínsecos da marca.

Este manual é um instrumento de trabalho e tem como objetivo garantir que a aplicação da Marca Universidade de Aveiro é coerente em todos os suportes visuais, preservando as suas características formais e salvaguardando uma identidade consistente e reconhecível por todos os seus interlocutores.

Só uma completa observação das regras aqui estabelecidas permitirá manter a coerência de comunicação que levará ao reconhecimento da marca enquanto imagem e enquanto entidade com princípios e valores próprios.

Proíbe-se a reprodução de todo e qualquer tipo de material que não cumpra o estabelecido. Com esta medida pretende-se, assim, evitar o enfraquecimento da identidade visual da Universidade de Aveiro.

Qualquer exceção deve ser submetida à autorização do Reitor da Universidade de Aveiro ou aos Serviços de Comunicação, Imagem e Relações Públicas.

identidade visual enquadramento histórico

assinatura original
versão policromática

ano de criação 1976
designer Arq. Firmino Trabulo

A ave desenhada, o grifo, aproxima-se, deliberadamente das armas de Aveiro. Esta utilização do símbolo da cidade reforçava a ideia e o objectivo desde o início da fundação da UA – a aproximação ao espaço envolvente em que a UA se insere – a urbe. (...)



Os restantes motivos, que constam do ex-libris, foram (...) incorporados nos Estatutos da UA: o livro expressa a defesa da sabedoria, nas vertentes ensino e investigação; as palavras gregas representam a dimensão actual da investigação teórica, tecnológica, artística e humanística; a esfera armilar simboliza a universalidade do saber. AMORIM, Inês (2001) *História da Universidade de Aveiro: A construção da memória*. Aveiro: Universidade de Aveiro.



Na versão original da assinatura praticava-se a aplicação dos seguintes códigos de cor:
pantone 185 cvc
pantone 876 cvc
pantone 877 cvc
black

assinatura original
versão monocromática

A assinatura original é identificativa da Universidade de Aveiro e mantém-se em utilização.

Os estatutos da UA, aprovados em 1986 e homologados em 1989, incidiram sobre a utilização do verde, cor extensível à bandeira e ao debrum do hábito talar do reitor e doutores.
AMORIM, Inês (2001) *História da Universidade de Aveiro: A construção da memória*. Aveiro: Universidade de Aveiro.



**UNIVERSIDADE
de AVEIRO**

Na versão atualizada da assinatura passou a aplicar-se o seguinte código de cor: Pantone 3415



**UNIVERSIDADE
de AVEIRO**

assinatura base
redesenho da
identidade gráfica

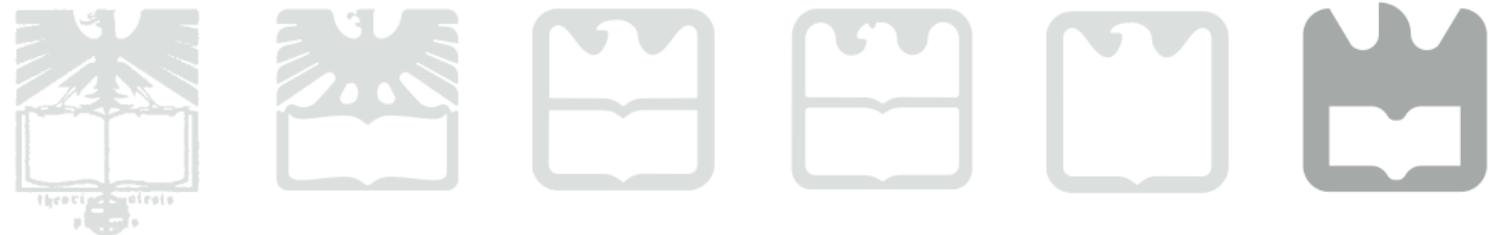
ano de criação 2003
designer Francisco Providência

“Não querendo prescindir da origem heráldica invocada, procuramos consolidar o perfil do conjunto, fundindo as peças da águia e do livro, abdicando da esfera e das inscrições e atribuindo ao todo uma unidade gráfica evidente e robusta.”

“A águia, enquanto ave de rapina, e a ave de asas abertas enquanto símbolo imperial (da Romanização e da Alemanha),

tem conotações agressivas que de modo nenhum valorizam a imagem pública da instituição universitária.

A opção de negativar o livro na silhueta da ave, retirando-lhe o perfil do bico e arredondando os cantos do conjunto, agora inscrito no quadrado, resultava num selo de melhor leitura e resistência à erosão visual.” (in PROVIDÊNCIA, Francisco, A Poética como inovação no design, pág. 130)



logótipo versões institucionais

assinaturas
institucionais
versões principais

A identidade visual da marca Universidade de Aveiro dispõe de duas versões principais: Versão Horizontal e Versão Vertical.

A Versão Horizontal deverá ser aplicada sempre que possível. O uso da Versão Vertical reserva-se à impossibilidade técnica de aplicação da Versão Horizontal.

As suas proporções, cores e tipo de letra deverão ser integralmente respeitadas, de acordo com as regras adiante definidas.

Versão Horizontal



Versão Vertical



assinaturas
institucionais
versões complementares



universidade de aveiro
teoria poesis praxis



universidade de aveiro
teoria poesis praxis



universidade
de aveiro



universidade
de aveiro



universidade de aveiro



universidade de aveiro



universidade de aveiro



universidade de aveiro

logótipo
construção
composição
segurança

**assinatura
institucional
composição**

A identificação da marca da Universidade de Aveiro assenta no reconhecimento de três atributos principais:

- 1) tipografia: utilização da fonte helvetica;
- 2) símbolo: integração do grifo;
- 3) cor: combinação de cinzento (pantone cool gray 6) com verde (pantone 375).

universidade de aveiro



theoria poiesis praxis

nominativo principal
Helvetica Neue Lt Std 65 Medium
Pantone Cool Gray 6 C

símbolo
Pantone 375C

nominativo complementar
Helvetica Neue Lt Std 45 Light
Pantone Cool Gray 6 C

**assinatura
institucional**
grelhas de construção
dimensões mínimas

Esta grelha constitui a base de construção do logótipo, definindo as proporções entre os diferentes elementos.

A grelha apresenta ainda a área mínima de proteção do logótipo que deverá ser respeitada por forma a preservar a sua perfeita leitura e manter a sua integridade visual.

A área de proteção visual à marca tem como referência o grifo, representado no esquema a cinza. Esta é a área de defesa mínima permitida, porém sempre que possível deve ser aumentada.



É utilizada a versão horizontal para apresentar a zona de exclusão e as dimensões mínimas permitidas. Contudo as regras são também aplicáveis às restantes versões.



dimensão mínima (impressão)
altura grifo: 7 mm

Os logotipos não deverão ser reproduzidos, em qualquer circunstância, com dimensões inferiores às apresentadas. Não existe limite máximo para ampliações.

Os logotipos só poderão ser reduzidos até uma dimensão que não resulte na perda total ou parcial da sua legibilidade, preservando assim a sua identificação visual.

logótipo tipografia

assinaturas
institucionais
tipografia



Fontes utilizadas na construção da marca

Nominativo principal — universidade de aveiro

Helvetica Neue Lt Std 65 Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789

Nominativo complementar — theoria poiesis praxis

Helvetica Neue Lt Std 45 Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789

A tipografia é um dos elementos centrais na identidade da marca Universidade de Aveiro.

A tipografia oficial é a Helvetica, sendo este o único tipo de letra que pode ser utilizado na representação da marca.

A utilização de minúsculas é um elemento inovador e distintivo, associado a um propósito de caráter democrático. Recomenda-se a utilização de minúsculas na maior parte das aplicações tipográficas diretamente relacionadas com a identidade visual da marca.

No texto regular, o nominativo Universidade de Aveiro, deve ser escrito segundo a norma tradicional, com a primeira letra da palavra em maiúscula.

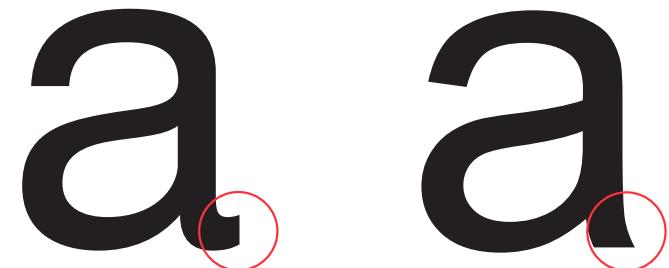
Para documentos de comunicação interna e externa sugere-se a fonte Helvetica, para blocos de texto e a Helvetica Bold para títulos, subtítulos e destaque.

assinaturas
institucionais
tipografia
aplicações partilhadas

Para documentos como email, word e powerpoint, cujo utilizador não possua a fonte Helvetica, recomendamos a utilização da Arial (à excepção do logótipo), uma família tipográfica de sistema, compatível com MAC e Windows.

Nos suportes online da marca Universidade de Aveiro deve ser utilizada a família tipográfica Roboto, fonte da Google utilizada no portal da instituição.

Para o universo editorial recomendamos a utilização da família tipográfica Miller, fonte serifada utilizada sobretudo para projetos editoriais como livros, revistas e jornais. Quando tal não for possível recomendamos o uso da tipografia Palatino (gratuita).



letra "a" na fonte Helvetica Neue LT Std Regular

letra "a" na fonte Arial

Helvetica
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Helvetica Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Arial
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Arial Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

logótipo universo cromático

assinaturas
institucionais
cores corporativas

A cor é um atributo fundamental que deve ser escrupulosamente respeitado de forma a manter a integridade visual da marca
Universidade de Aveiro.

São aqui indicadas as cores diretas para a sua criação, assim como os valores correspondentes em RGB, quadricromia e html.



cor direta
pantone 375C

cores compostas
C43 / M0 / Y79 / K0
R146 / G212 / B0
htlm 92d400

cor direta
pantone cool gray 6

cores compostas
C0 / M0 / Y0 / K38
R173 / G175 / B175
htlm adafaf

cor metálica sólida
pantone 877C metallic

assinaturas
institucionais
fundos neutros

Na impossibilidade de utilizar a marca Universidade de Aveiro com as suas cores institucionais e no sentido de manter a elegância e distinção desejadas, os logótipos devem ser sempre utilizados monocromaticamente a preto ou cinza (ou em branco, nas versões a negativo).

O símbolo do grifo e os nominativos institucionais não devem assumir outras cores.



assinaturas
institucionais
fundos cromáticos

Recomenda-se que o logótipo seja utilizado apenas sobre as cores em que não perca a sua legibilidade, quer a positivo quer a negativo, e de acordo com os exemplos apresentados.



A aplicação da marca sob imagens implica a salvaguarda do alto contraste entre a marca e o fundo de inserção.

logótipo usos indevidos

marca UA

assinaturas institucionais usos indevidos

Alguns exemplos de usos indevidos:

- _ distorções do logótipo;
- _ alteração da posição dos elementos;
- _ alterações das soluções cromáticas;
- _ utilização de tipografia não contemplada;
- _ variantes formais não previstas;
- _ aplicações indevidas sobre fundos.



logótipo assinaturas institucionais

assinaturas institucionais

“Universidade de Aveiro adota a abreviatura UAveiro no contexto internacional”

A aposta que tem vindo a ser feita, nos últimos anos, na afirmação internacional da Universidade de Aveiro justifica a necessidade de se criar uma identidade que possa permitir uma leitura mais abrangente sobre a nossa localização e a forte ligação que a Universidade tem com a cidade e a região de Aveiro. Ao assumir-se que, do ponto de vista internacional, a grafia da Universidade de Aveiro deve ser abreviada por UAveiro, estamos a reforçar a nossa qualidade de Universidade portuguesa e internacional, mostrando aos nossos parceiros a nossa posição no mundo.

Trata-se de um “rebranding” a pensar, sobretudo, no posicionamento internacional, mas mantendo a identidade

e os valores da Universidade de Aveiro, a UA que todos conhecemos há mais de 47 anos. Esta nova forma de abreviar - UAveiro - irá permitir-nos comunicar de forma mais direta e clara com outras instituições, pois considera-se que esta opção, mais atrativa e internacional, nos permitirá chegar a todos os públicos.

UA, ainda que sobejamente enraizado na nossa comunidade, na nossa região e até no nosso País, é uma sigla difícil de interpretar e diferenciar no contexto internacional pela multiplicidade de instituições que usam a mesma designação noutras línguas. Por estas razões, entendeu-se fazer sentido a aposta numa identidade facilmente reconhecível em qualquer língua e em qualquer parte do mundo, mantendo a aposta no nome em português.

marca UA

UAveiro

UA

veiro

letras maiúsculas letras minúsculas

assinaturas
institucionais
exemplos

Área de destaque
homepage do site
www.ua.pt

A fonte Helvetica deverá ser utilizada como primeira opção para representar institucionalmente a Universidade de Aveiro.

Nos suportes digitais deve utilizar-se a fonte Roboto, tipografia web oficial do portal da Universidade de Aveiro.

Vídeo institucional



sub-marcas

sub-marcas departamentos

sub-marcas
departamentos

Para as sub-marcas dos departamentos foi criada uma fórmula conceptual para a criação de uma sigla (iniciais da designação do departamento), de forma a uniformizar e reforçar a força que se pretende para a marca Universidade de Aveiro.

Por motivos de legibilidade a fórmula conceptual para criação da sigla pode também fazer referência à área do departamento.
Exemplo: “bio” — biologia.

d + sigla



“d”, inicial de departamento
Helvetica Neue Lt Std 45 Light

d + ref. área



“d”, inicial de departamento
Helvetica Neue Lt Std 45 Light



“referência à “área” do departamento
exemplo: “bio” de biologia
Helvetica Neue Lt Std 65 Medium

marca UA

sub-marcas

departamentos
versão horizontal

universidade de aveiro  **dao** departamento de ambiente e ordenamento

universidade de aveiro  **dbio** departamento de biologia

universidade de aveiro  **dcm** departamento ciências médicas

universidade de aveiro  **dcspt** departamento de ciências sociais, políticas e do território

universidade de aveiro  **deca** departamento de comunicação e arte

universidade de aveiro  **decivil** departamento de engenharia civil

universidade de aveiro  **degeit** departamento de economia, gestão, engenharia industrial e turismo

universidade de aveiro  **dem** departamento de engenharia mecânica

universidade de aveiro  **demac** departamento de engenharia de materiais e cerâmica

universidade de aveiro  **dep** departamento de educação e psicologia

universidade de aveiro  **deti** departamento de eletrónica, telecomunicações e informática

universidade de aveiro  **dfis** departamento de física

universidade de aveiro  **dgeo** departamento de geociências

universidade de aveiro  **dlc** departamento de línguas e culturas

universidade de aveiro  **dmat** departamento de matemática

universidade de aveiro  **dq** departamento de química

marca UA



sub-marcas escolas politécnicas

sub-marcas
escolas
politécnicas

es + sigla

is + sigla



“es”, iniciais de escola superior
Helvetica Neue Lt Std 45 Light



“sigla”, iniciais da
designação formal
Helvetica Neue Lt Std 65 Medium



“is”, iniciais de instituto superior
Helvetica Neue Lt Std 45 Light



“sigla”, iniciais da
designação formal
Helvetica Neue Lt Std 65 Medium

sub-marcas

escolas
politécnicas
versão horizontal



O Instituto Confúcio é uma exceção à aplicação da fórmula. Por questões protocolares, é exigido a presença dos logótipos das duas entidades.

sub-marcas

escolas
politécnicas
versão vertical



sub-marcas serviços

marca UA



sub-marcas

serviços
versão horizontal
versão vertical



utilização com outras marcas

sub-marcas
comportamento
de várias sub-marcas
da UA

Existem 3 tipologias de sub-marcas da UA: departamentos e escolas, serviços e centros ou unidades de investigação. Quando utilizadas num cartaz, flyer ou outros suportes de divulgação, as sub-marcas institucionais devem obedecer à hierarquia de logótipos.

Esta hierarquia coloca a marca Universidade de Aveiro acima de qualquer sub-marca em grau de importância. Nesse sentido, e para evitar a repetição do símbolo do grifo, definiu-se que,

sempre que possível, deve ser colocada apenas a marca institucional da UA, numa das versões existentes.

Em situações, como por exemplo eventos, posters científicos, suportes editoriais, entre outros, e cuja organização ou apoio envolva mais que uma sub-marca UA, definiu-se como regra que primeiro é colocado o logótipo da universidade, e as restantes sub-marcas devem ser ordenadas por ordem alfabética das siglas ou nominativo no caso dos serviços.

São utilizadas as versões verticais para aplicação desta regra. Por questões de legibilidade recomenda-se a versão abreviada com o nominativo principal Universidade Aveiro.



universidade
de aveiro

dem
departamento de
engenharia mecânica

dmat
departamento de matemática

1 departamento/escola + 1 unidade investigação (identidade visual UA)

marca UA



universidade
de aveiro

dlc

departamento de línguas e culturas

clc

centro de línguas, literaturas e culturas

sub-marcas

comportamento
de várias sub-marcas
da UA

1 departamento/escola + 1 unidade investigação (identidade visual própria)



universidade
de aveiro

dbio

departamento de biologia



CESAM

centro de estudos do ambiente e do mar

2 serviços



universidade
de aveiro

serviços de comunicação,
imagem e relações públicas

serviços de tecnologias de
informação e comunicação

departamento/escola + serviços



universidade
de aveiro

dao

departamento de ambiente
e ordenamento

dbio

centro de biologia



universidade de aveiro

serviços de comunicação, imagem
e relações públicas

Marca UA
comportamento
com outros logótipos

A marca Universidade de Aveiro deve ser colocada em primeiro lugar, quando combinada com logótipos de entidades externas ou internas com identidade gráfica própria.

Neste casos, a proteção visual da marca deve ter como referência a medida do grifo, de forma a garantir e preservar a independência da sua identidade visual.

Em caso algum, as proporções do nominativo dos outros logótipos devem ser superiores ao nominativo Universidade de Aveiro.



www.ua.pt

