

# NORMAS DE COMUNICAÇÃO E PUBLICITAÇÃO DAS ATIVIDADES E RESULTADOS DE INVESTIGAÇÃO

**i2ADS**

Instituto de Investigação  
em Arte, Design e Sociedade

FACULDADE DE BELAS ARTES DA UNIVERSIDADE DO PORTO

## ENQUADRAMENTO

As normas e procedimentos descritos servem como instrumento de apoio para a identificação e divulgação das atividades realizadas no âmbito do i2ADS.

Aplicam-se à publicitação de ações e à apresentação de resultados de I&D levados a cabo pelos investigadores e investigadoras do i2ADS.

A identificação do i2ADS junto do público e de outras Instituições é da responsabilidade dos investigadores/ investigadoras e entidades beneficiárias (sempre que aplicável). As orientações descritas são particularmente relevantes nos casos em que há um apoio financeiro direto ou indireto, mediante suporte logístico à produção ou divulgação.

## ÂMBITO DE APLICAÇÃO

Estas orientações são aplicáveis a todas as ações (e.g. seminários, organização e participação em conferências, workshops) e resultados de investigação (e.g. publicações impressas ou digitais, exposições) enquadrados nas atividades de investigação e produção artística desenvolvida no âmbito dos *hubs* do i2ADS.

## ORIENTAÇÕES PARA A IDENTIFICAÇÃO E PUBLICITAÇÃO DOS APOIOS DO I2ADS

### LOGÓTIPOS E REFERÊNCIAS INFORMATIVAS

- 1 É obrigatória a inclusão do logótipo do i2ADS no material de publicitação, ações de divulgação públicas de projetos, comunicações e todas as aplicações impressas. O logótipo está disponível em: <https://i2ads.up.pt/logo/i2ADS-Logotype.pdf>
- 2 A referência à Unidade de Investigação deve aparecer por extenso, sempre que possível, e em posição de destaque:
  - a) Em Português, para suportes na língua Portuguesa: **i2ADS – Instituto de Investigação em Arte, Design e Sociedade;**
  - b) Em Inglês, para suportes noutras línguas ou multilíngues: **i2ADS – Research Institute in Art, Design and Society;**
- 3 Nos casos em que o i2ADS é a entidade organizadora do evento, a editora da publicação ou a produtora da ação, a referência e a afiliação devem aparecer na ficha técnica com o devido destaque.
- 4 Sempre que possível, a identificação do i2ADS deve estar acompanhado do respetivo URL: [i2ads.up.pt](http://i2ads.up.pt) ou <https://i2ads.up.pt/>, com a hiperligação ativa nos suportes digitais.

## CARTAZES, CERTIFICADOS, MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO E PROMOCIONAL

Sempre que forem produzidos materiais de divulgação de **suporte de frente única** (e.g. cartaz, anúncio, convite, capa, imagem para projeção ou certificado de presença), a aposição do logótipo deve ser feita neste suporte respeitando as dimensões mínimas (ver normas no arquivo fornecido), garantido a respetiva legibilidade.

## LIVROS, REVISTAS E BROCHURAS

Sempre que forem produzidos **materiais de frente múltipla** (e.g. edição de livro, brochura, revista, artigo, folheto) o logótipo deve figurar, sempre que possível, na capa de forma visível e legível.

Nas publicações resultantes das ações de investigação, o i2ADS deve figurar como Editora na ficha técnica para poder atribuir o ISBN apropriado, com a respetiva designação por extenso e URL.

## WEBSITES E SUPORTES DIGITAIS

No caso dos websites, o logótipo do i2ADS deve figurar obrigatoriamente na homepage (e no footer de todas as páginas, se possível), na página de informações do evento ou projeto, ou no local reservado aos apoios, com a hiperligação ativa.

## MATERIAIS AUDIOVISUAIS

No caso de filmes e animações, o i2ADS deve figurar nos créditos e, sempre que possível, na abertura. No caso de apresentações visuais em comunicações (slideshow), o logótipo deve figurar na imagem de identificação, com a afiliação e designação por extenso.

No caso de outros produtos, como spot de áudio, press-release ou outros materiais de apoio, a referência ao “Apoio do i2ADS – Instituto de Investigação em Arte, Design e Sociedade” deve ser explícita.

# ORIENTAÇÕES PARA A PUBLICITAÇÃO DO APOIO FCT AO i2ADS, NO ÂMBITO DO PROGRAMA DE FINANCIAMENTO PLURIANUAL DAS UNIDADES DE I&D 2020-2023

- 1 Ao abrigo das 'Normas de Informação e Publicitação de Apoios para Beneficiários' da FCT, é obrigatória a referência ao financiamento nacional através da aposição do logótipo da FCT nas ações de informação e divulgação do projeto, sempre que a ação o permitir (<https://www.fct.pt/logotipos>).
- 2 O logótipo da FCT, a par do logótipo do i2ADS, deve ser usado nos seguintes casos:
  - Ações de divulgação e comunicação em que há financiamento da FCT, através de pagamentos por via do orçamento do i2ADS (missões, publicações, organização de eventos);
  - Ações de divulgação e comunicação inscritas na candidatura do i2ADS ao Plano Plurianual de Financiamento de Unidades de I&D 2020-2023;
  - Outras situações não descritas anteriormente deverão ser previamente aprovadas pela Direção do i2ADS, após confirmação do seu enquadramento com a FCT.

Nos casos mencionados, a publicitação do financiamento em artigos, publicações e documentos de divulgação (anúncios, cartazes, folhetos de divulgação, revistas, monografias, apresentações em PowerPoint e outras digitais, E-newsletters, etc.), para além da aposição do logótipo da FCT (quando o meio de informação o permitir), deve ser efetuada com uma das seguintes referências (conforme a versão do financiamento), escrita na língua adequada:

  - a) Versão do Financiamento Base do i2ADS – «Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto «UIDB/04395/2020».
  - b) Versão do Financiamento Programático do i2ADS – «Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto «UIDP/04395/2020».

## ORDEM DOS LOGÓTIPOS

Em todos os meios de publicitação do i2ADS deverá ser respeitada a seguinte ordem de logótipos:

- 1 Logótipo da UP/FBAUP;
- 2 Logótipo do i2ADS;
- 3 Logótipo da FCT;
- 4 Outros logótipos.

Junho 2020

## EXEMPLOS

### CARTAZES, CERTIFICADOS, MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO E PROMOCIONAL



Figura 1 Exemplo de utilização em cartaz (dimensão igual ou superior a A3).



Figura 2 Exemplo de utilização em certificado (dimensão igual ou inferior a A4).

## EXEMPLOS (continuação)

### LIVROS, REVISTAS E BROCHURAS

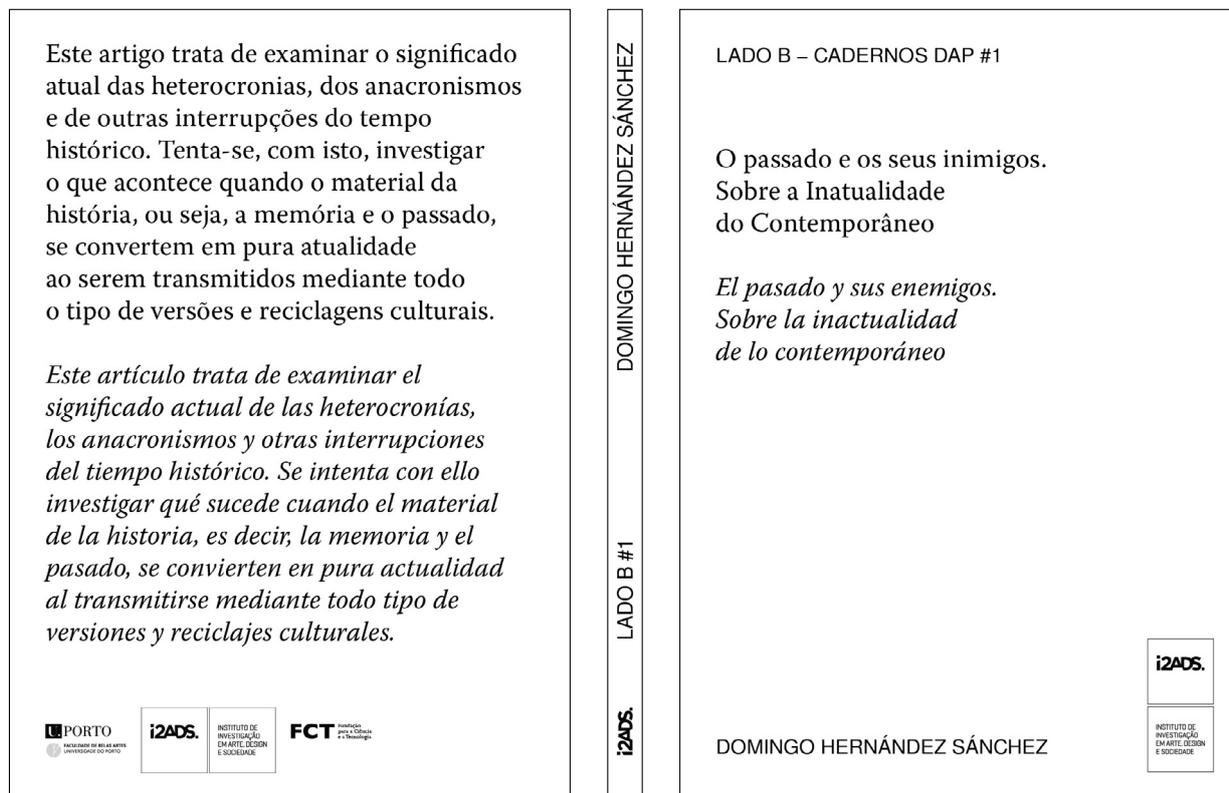


Figura 3-5 Exemplo de utilização em capa de livro. Acção co-financiada por FCT.

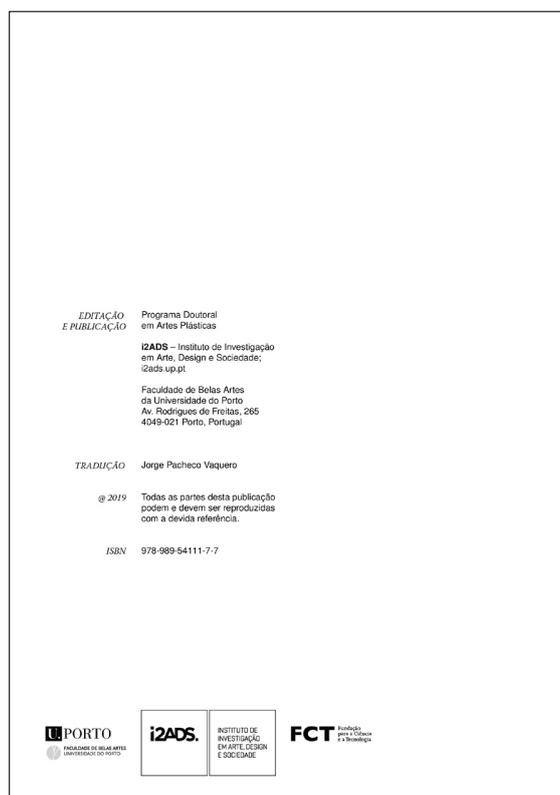


Figura 6 Exemplo de uma ficha técnica de um livro/brochura/revista. Acção co-financiada por FCT.

## EXEMPLOS (continuação)

### WEBSITES E SUPORTES DIGITAIS

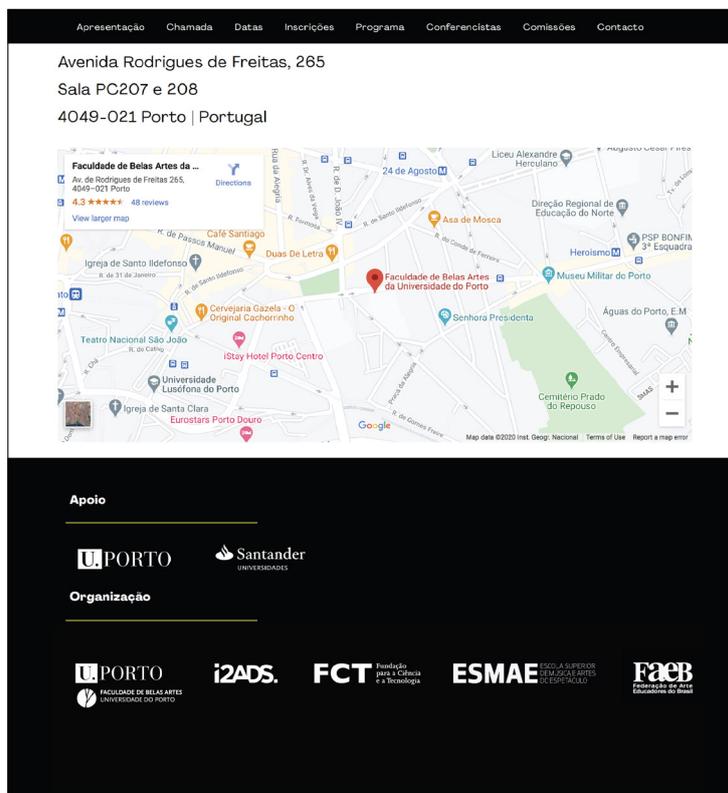


Figura 7 Exemplos de footers de websites, com o logótipo na versão para a escala de redução mínima

### MATERIAIS AUDIOVISUAIS



Figura 8 Exemplo de um slide (bumper) de apresentação pública e registo de vídeo.