

Sempre que alguém contacta com a PT – desde a utilização dos seus serviços à visualização de um anúncio – forma uma imagem da empresa.

O modo como as pessoas entendem e reagem à imagem que se pretende transmitir, depende da clareza e consistência da forma de comunicação. Por isso é crucial a qualidade e o rigor na implementação da nova marca.

Este documento contém as regras básicas de utilização da nova marca PT. Descreve o logotipo, as cores, o tipo de letra e o estilo gráfico com que deve ser comunicada. Seguir as linhas de orientação definidas neste documento é contribuir para projectar a empresa de forma clara e consistente.

# A marca PT

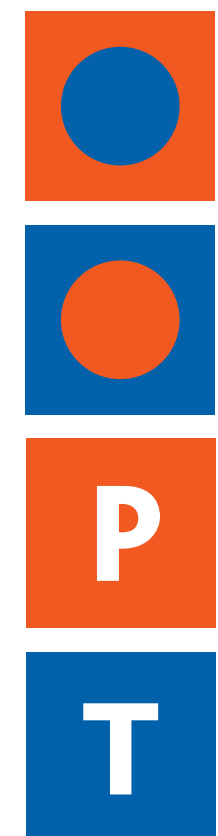
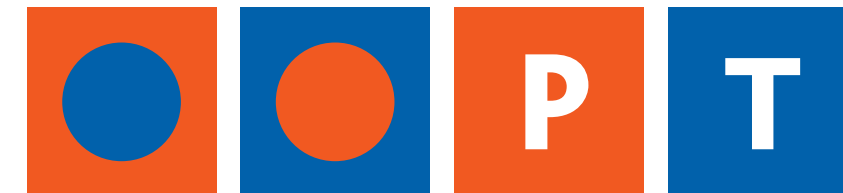
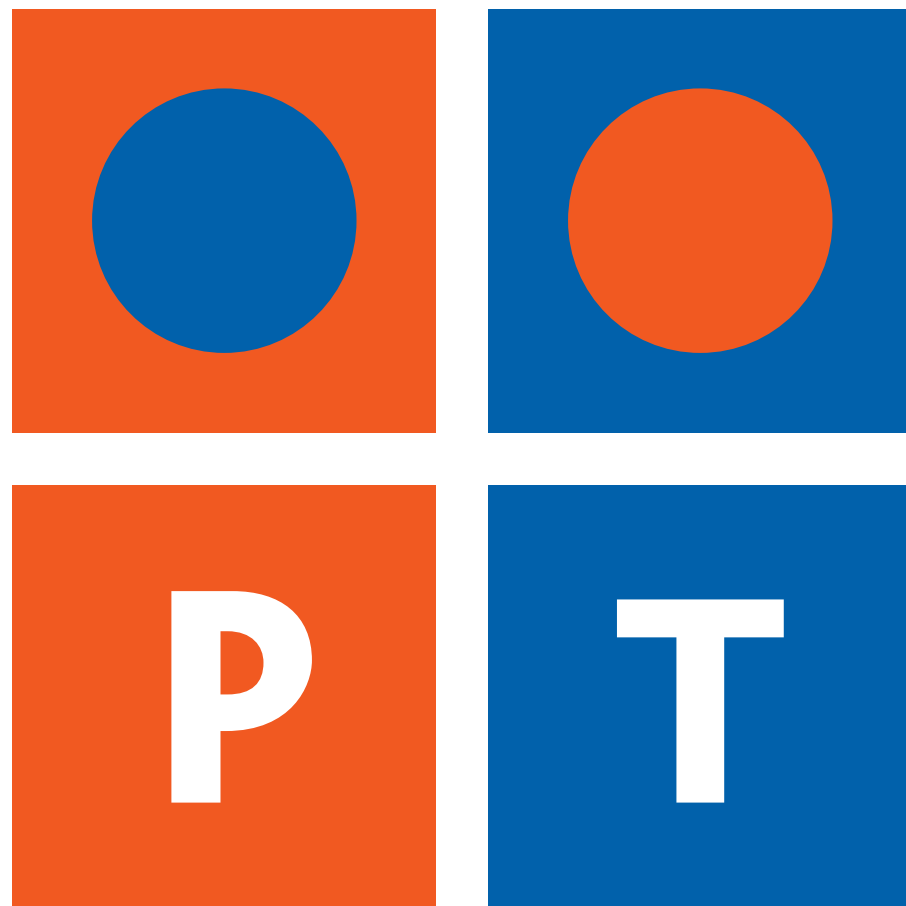
2

A marca PT é o elemento principal da Identidade da empresa. Tratando-se do meio preferencial para a identificação e projecção dos valores e personalidade da PT, constitui a sua forma de expressão mais visível. Diferencia-a da concorrência.

A marca deve ser utilizada no formato quadrado. Apenas em determinados casos de aplicações 3D (identificação de fachadas e brindes), onde o espaço assim o obriga, se poderá utilizar o formato rectangular, na sua expressão horizontal ou vertical.

Os dois formatos da marca nunca poderão ser utilizados simultaneamente no mesmo suporte. A reprodução da marca deve ser sempre efectuada a partir da arte final original fornecida com este manual (disquete para Apple Macintosh em Adobe Illustrator 6.0).

3

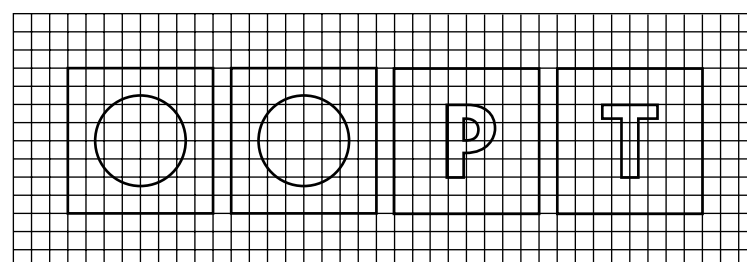
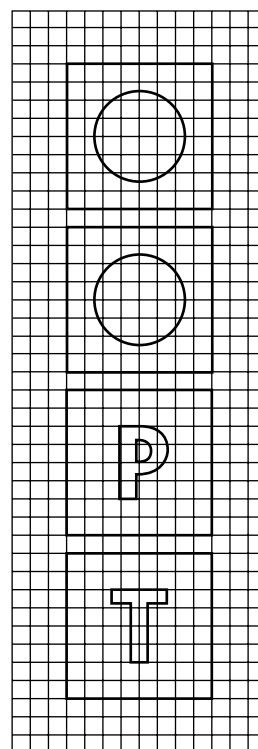
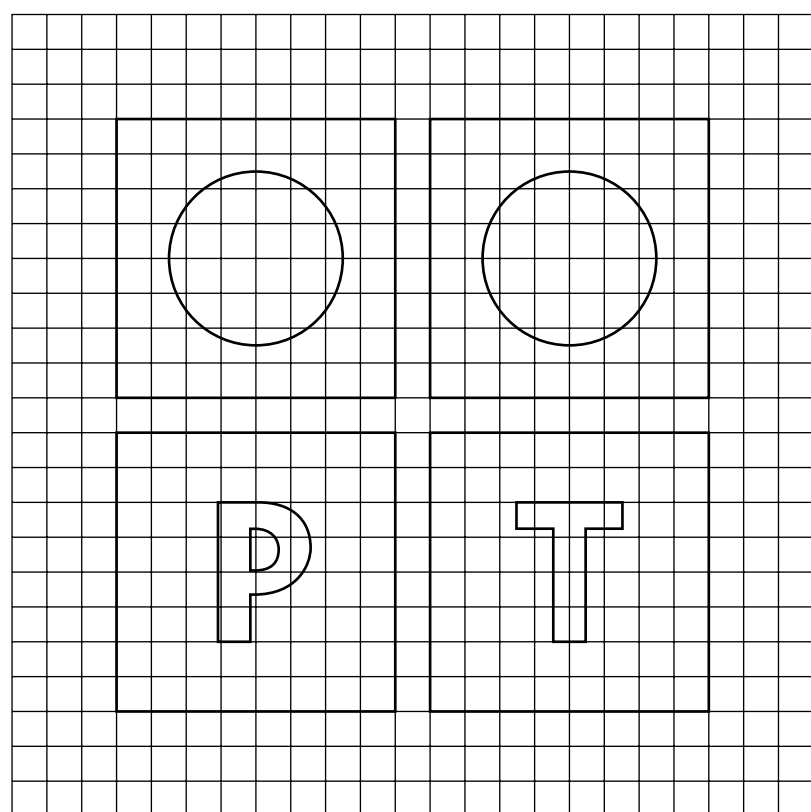


# Construção da marca PT

4

A construção gráfica da marca é determinada por uma grelha de construção que permite perceber de forma clara as proporções e os alinhamentos dos vários elementos constituintes da marca e pode ser utilizada como guia de suporte para a reprodução da marca em tamanhos superiores aos obtidos

por processos fotográficos. Para recriar as letras P e T deve utilizar-se a arte final original fornecida com este manual.



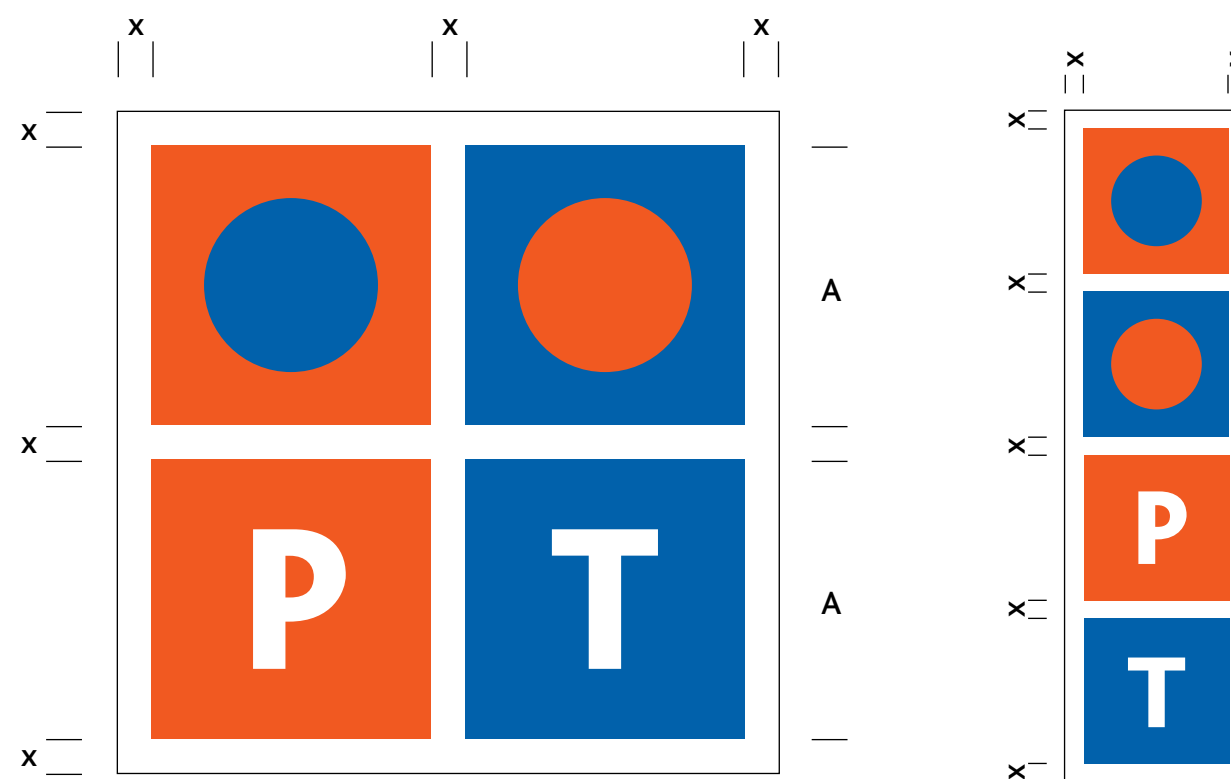
# Área de exclusão

5

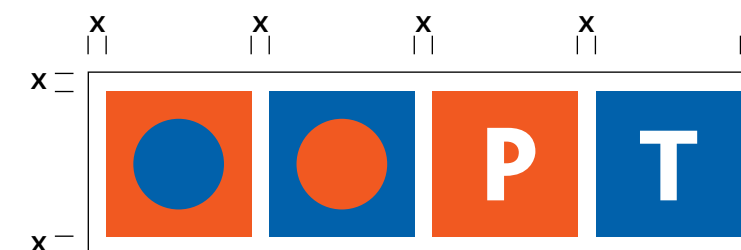
A área de exclusão destina-se a preservar a legibilidade e a integridade visual da marca PT. Deve ser cumprida a todo o custo, não podendo ser invadida por nenhum elemento estranho à marca, quer seja um elemento gráfico ou texto.

Na figura está estabelecida a regra que preside à definição da área de exclusão mínima a respeitar. Aplica-se a mesma regra de utilização da marca no formato rectangular.

Deve assegurar-se que qualquer reprodução da marca respeita as áreas mínimas de exclusão.



A = altura do quadrado  
x = 1/8 de A



## Tamanhos mínimos e máximos

6

Para se preservar a legibilidade e integridade da marca PT define-se neste manual as dimensões mínimas de reprodução da marca PT. Quando for utilizada a dimensão mínima, deve tomar-se todas as precauções no sentido de garantir uma reprodução precisa da marca.

Quando a reprodução for em quadricomia deve assegurar-se a correcta justaposição das cores. Não existe limite máximo para a reprodução da marca PT, desde que se respeite a área de exclusão da marca.

## Cores

As cores corporativas da marca PT são o azul PT e o laranja PT. São um elemento fundamental para assegurar a rápida identificação da marca, pelo que devem ser reproduzidas de forma consistente. Deverão ser, sempre que possível, reproduzidas através de tintas que

constam do Standard Pantone, assegurando assim a máxima qualidade e fiabilidade na reprodução da marca. No caso de usar outro sistema como o da reprodução em quadricomia ou vinilos deve realizar-se sempre uma verificação precisa da

correspondência de cores, procurando obter o tom mais aproximado do Pantone correspondente. As cores ilustradas neste manual são apenas representativas e não devem ser utilizadas para verificar a correspondência entre as cores.

7

### Dimensões mínimas

7mm



14.5mm



14.5mm



PMS 286C

C 100% M 60% Y 0% K 5%

R 11 G 61 B 145

Vinil 3M opaco - série 100  
Ref: 100 - 17

Vinil 3M translúcido  
Ref: 3630 - 97

RAL 270 3045

PMS 166C

C 0% M 80% Y 100% K 0%

R 255 G 89 B 0

Vinil 3M opaco - série 100  
Ref: 100 - 14

Vinil 3M translúcido  
Ref: 3630 - 44

RAL 050 6080

## Tipos de letra

8

Os tipos de letra corporativos da PT são o PT Bliss e o Scala. PT Bliss é o tipo principal e o Scala o tipo secundário.

De modo a que as diversas formas de comunicação da PT sejam apresentadas de uma forma consistente e coerente, só devem ser utilizados os tipos de letra especificados. Estes tornar-se-ão tão identificados com a identidade PT como a própria marca.

A escolha de um leque reduzido de tipos de letra deve-se sobretudo à necessidade de criar uma forte identificação com a marca.

A PT Bliss foi editada como letra principal por responder inteiramente à intenção de assegurar uma identificação forte, tanto pela sua força como pela sua simplicidade, clareza, legibilidade e versatilidade. É uma letra sem serif que confere um ar de modernidade e eficiência à Identidade da PT.

A Scala, a letra secundária, é uma letra com serif própria para grandes quantidades de texto, como passagens compridas nos relatórios anuais e newsletters. Recomenda-se contudo, a sua utilização conjunta com a PT Bliss e nunca isoladamente.

Os tipos de letra não podem ser expandidos ou condensados. Não devem ser utilizados efeitos especiais como sombras e palavras sublinhadas.

9

## PT Bliss

a b c d e f g h

PT Bliss Regular

ABCDEFGHI  
abcdefghi  
1234

PT Bliss Light

JKLMNOPQR  
jklmnopqr  
567

PT Bliss Regular

STUVWXYZ  
stuvwxyz  
890

PT Bliss Bold

Scala

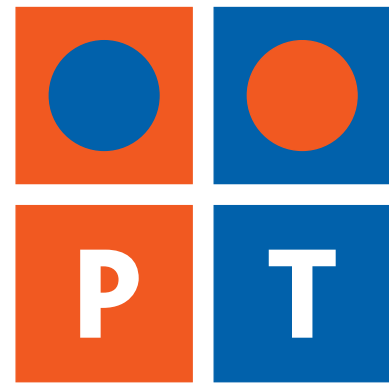
ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyz 1234567890

## Utilizações da marca em positivo e negativo

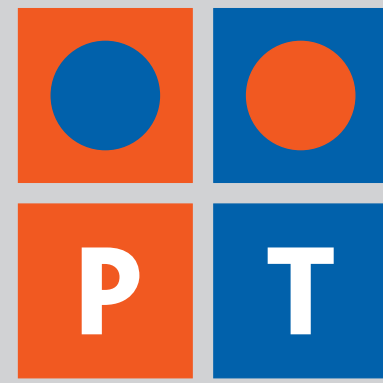
10

A marca deve ser sempre que possível reproduzida nas cores corporativas, laranja PT e azul PT. Preferencialmente as versões a cor aparecem sobre fundo branco em suportes gráficos e sobre fundo preto em suportes audiovisuais.

As letras devem aparecer sempre a branco dentro do quadrado, mesmo quando a marca aparece sobre uma cor de fundo.



Fundo branco

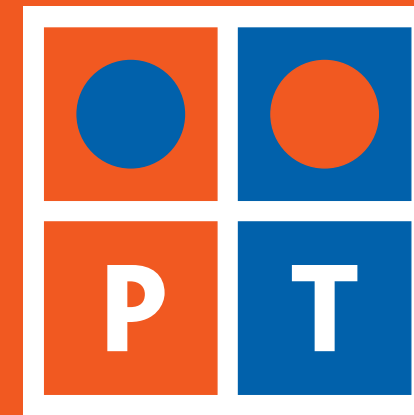


Fundo claro

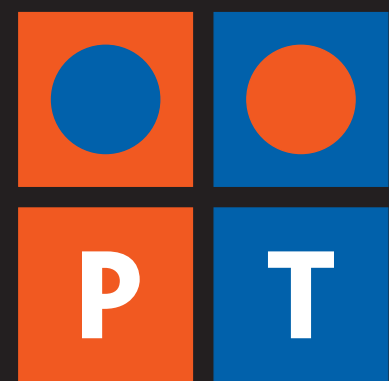
## Utilizações da marca em fundo laranja e azul

11

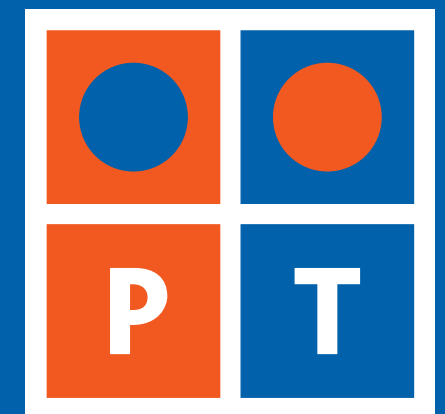
Quando utilizado sobre fundos laranja e azul, a marca será protegida por uma moldura branca de dimensões iguais à área de exclusão.



Fundo laranja PT



Fundo preto

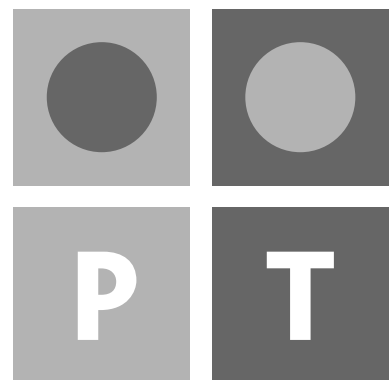


Fundo azul PT

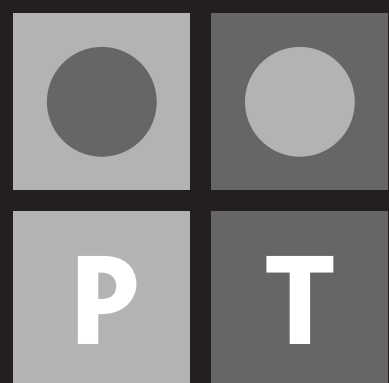
# Utilizações da marca em impressões monocromáticas e a preto e branco

A marca a preto e branco em fundo branco será utilizada unicamente quando por motivos de reprodução, não for possível utilizar as cores corporativas da marca, tais como impressos de fax, memorandos, fotocópias.

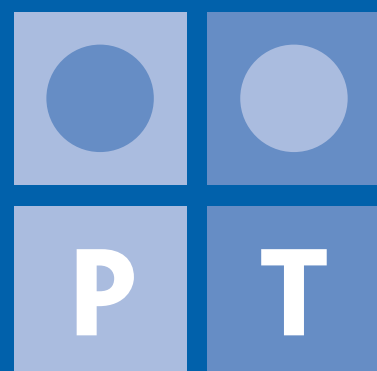
Quando for necessário aplicar a marca a uma cor, em suportes tridimensionais, segundo processos que não permitam percentagens de cor (tampografia ou equivalente) deve-se, muito excepcionalmente, aplicar cor apenas nos quadrados da marca. Os círculos da marca e o P e o T assumem a cor do suporte.



Fundo branco  
A marca é utilizada em dois níveis de preto 30% e 60%



Fundo preto  
A marca é utilizada em dois níveis de preto 30% e 60%

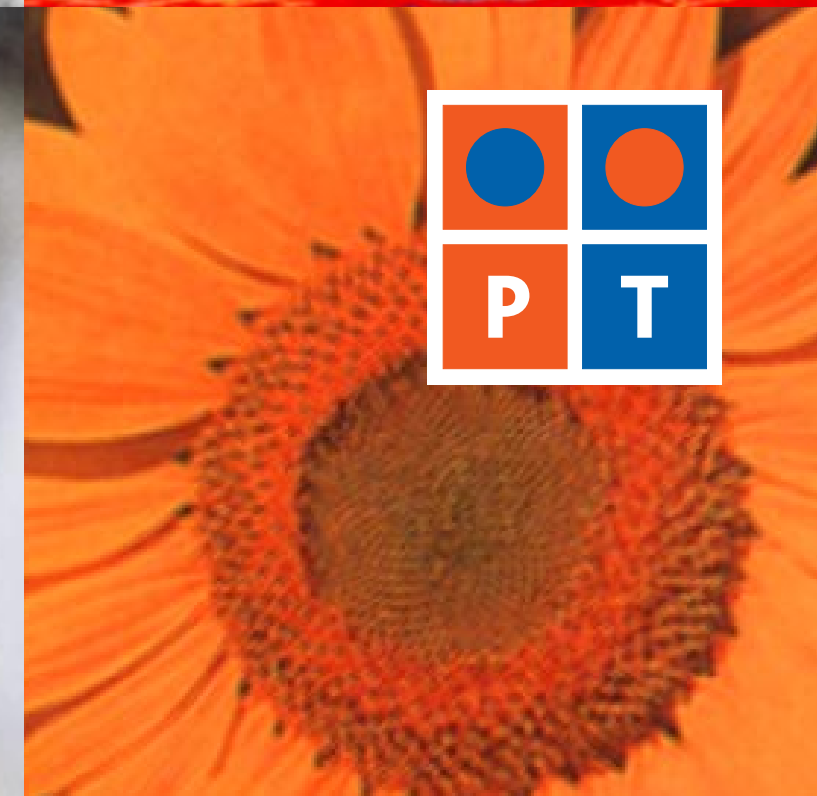
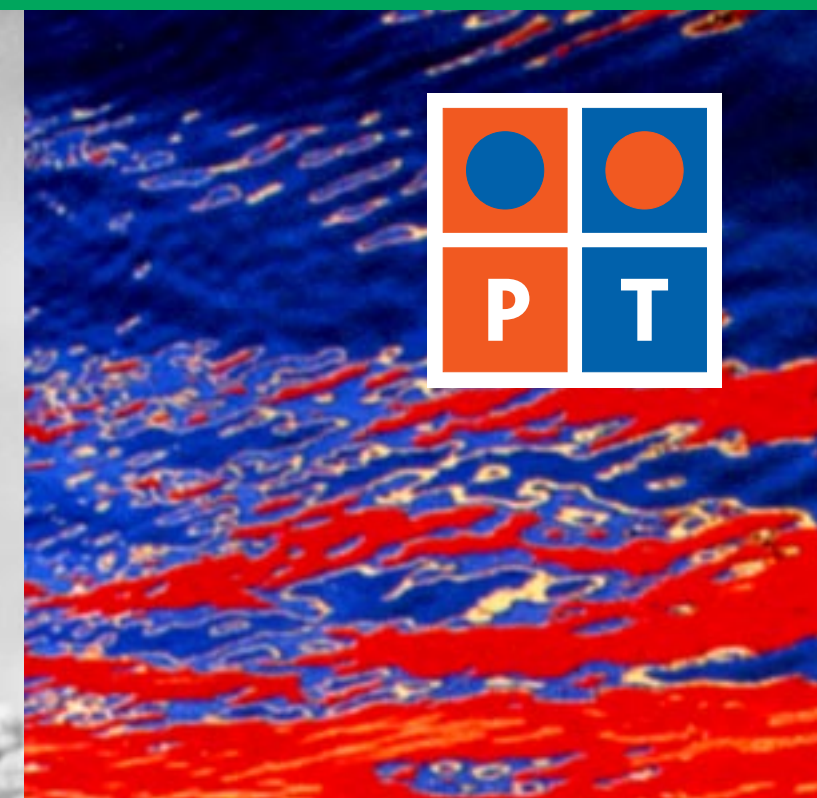


Monocromática  
A marca é utilizada em dois níveis 30% e 60%

# Utilizações da marca sobre imagens

A marca PT pode ser utilizada em fundo cinzento, ou em fundo colorido se localizada em áreas de cor neutra e de tom claro – como se pode verificar na figura.

Se pretender utilizar a marca PT em imagens que recorrem a cores fortes e intensas, então deve utilizar uma moldura branca com as dimensões correspondentes à área de protecção.



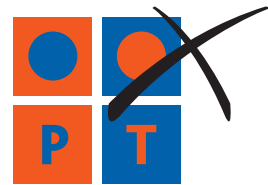
## Protecção da marca

14

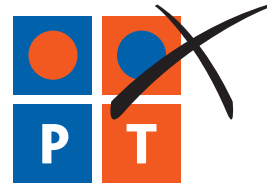
A marca é um elemento fundamental na comunicação com as diversas audiências.

A adulteração da marca prejudica a forma como a Identidade é comunicada e percebida, pelo que a marca deve ser sempre reproduzida de forma consistente e de acordo com as regras contidas neste documento.

Apresentam-se alguns exemplos do que não se deve fazer.



NÃO aplicar cor nas letras



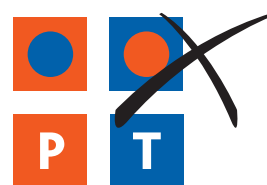
NÃO trocar as cores



NÃO associar à marca outros elementos gráficos



NÃO alterar o posicionamento dos círculos e letras



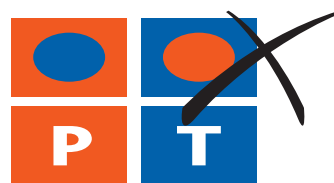
NÃO alterar o espaço entre elementos



NÃO utilizar cores incorrectamente



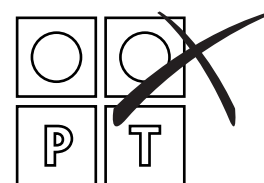
NÃO utilizar cores incorrectas



NÃO expandir a marca



NÃO condensar a marca



NÃO Outline

## O nome da empresa

O nome da empresa deve ser escrito no tipo de letra PTBliss Bold, caixa alta e baixa e somente em preto ou branco.

Esta regra apenas pode ser infringida quando, em situações extremas, apenas é possível imprimir a uma cor (impressões monocromáticas), ou a duas cores, sendo estas o laranja PT ou o azul PT.

O "lettering" da empresa, conforme definido, é um elemento fundamental da nova identidade da PT. Como tal deve ser consistente e correctamente utilizado.

15

# Portugal Telecom



# Relação entre a marca e o nome da empresa

16

A marca PT deve ser o elemento predominante nas aplicações, enquanto o nome da empresa deve surgir de uma forma mais pequena e discreta – de forma a indicar especificamente de que empresa se trata.

Existem 3 tipos de relação entre o nome da empresa e a marca: posicionamento/distância, alinhamento e proporcionalidade.

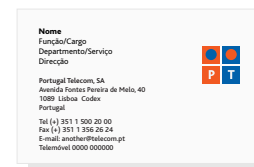
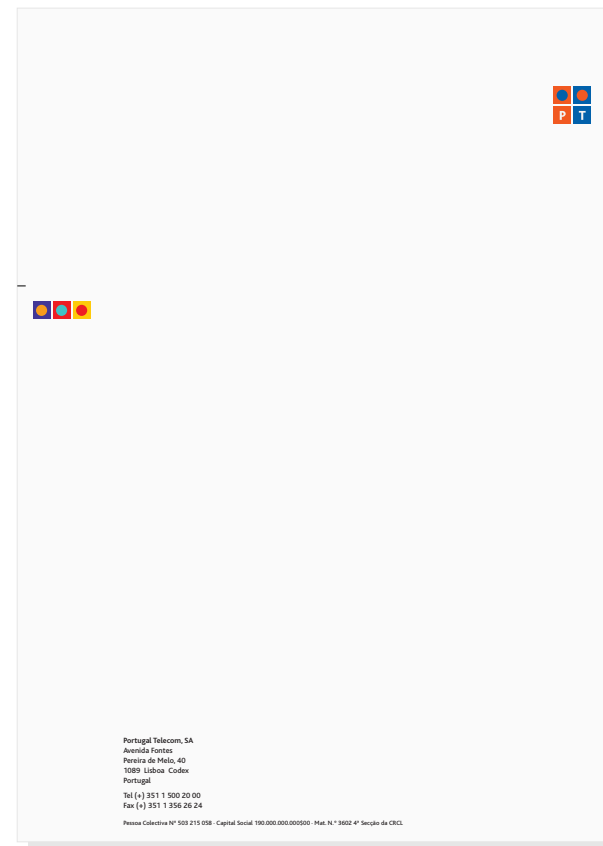
1. O posicionamento é livre e flexível mas o nome da empresa não deve posicionar-se junto da marca. Quando o nome da empresa entra no campo da marca devem seguir-se as regras do alinhamento.

2. O alinhamento na horizontal deve ser feito pelos círculos da marca. Na vertical deve ser feito por baixo da marca, alinhado preferencialmente pela esquerda.

3. Em termos de proporcionalidade, a altura das letras maiúsculas do nome da empresa deve ser igual ou inferior à altura dos círculos da marca, tendo como limite mínimo 2 mm, medida que corresponde à altura do círculo da marca na sua dimensão mínima.

17

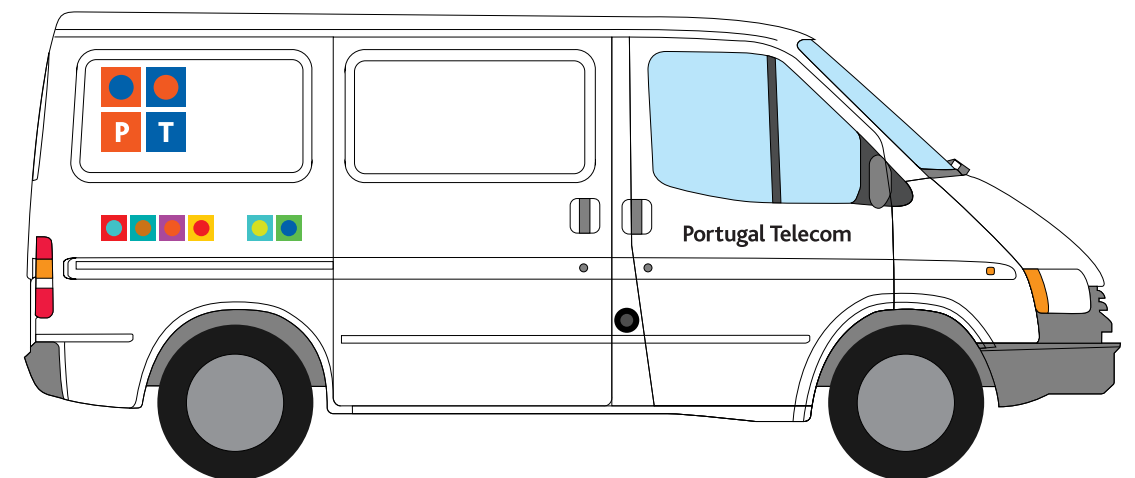
1



2



3



# Relação entre a marca e o nome da empresa em espaços reduzidos

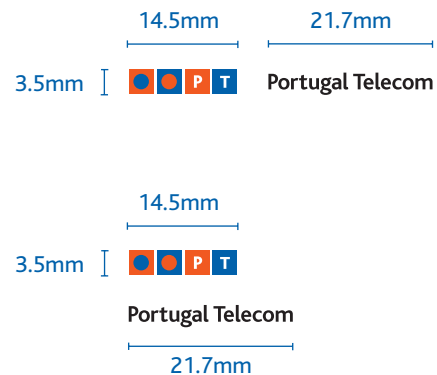
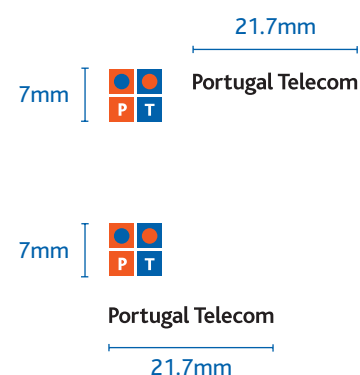
Sempre que existam restrições de espaço deve respeitar-se a dimensão mínima da marca e do nome da empresa bem como as regras de distância mínima ilustradas nesta página.

Caso não exista espaço para aplicar a marca e o nome da empresa respeitando a dimensão e a distância mínimas, deve aplicar-se apenas a marca. O nome da empresa deve ser, preferencialmente, escrito numa só linha, na horizontal, nunca na

vertical e, preferencialmente à direita da marca ou em baixo, alinhado à esquerda. Apresentam-se suportes exemplificativos da utilização da marca e do nome da empresa em espaços reduzidos.

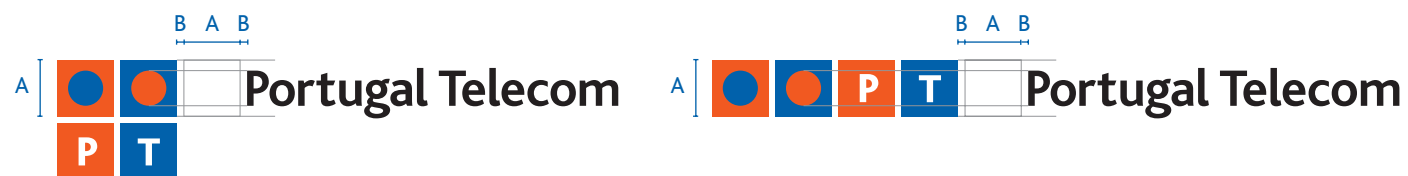
Para aplicações em veículos, lojas e edifícios consultar as respectivas folhas de especificações.

## Dimensão mínima

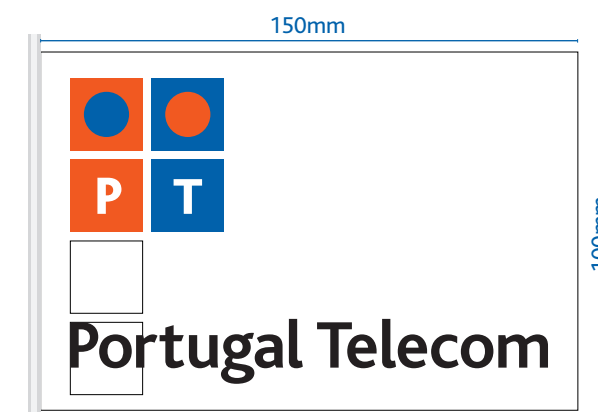


## Distância mínima

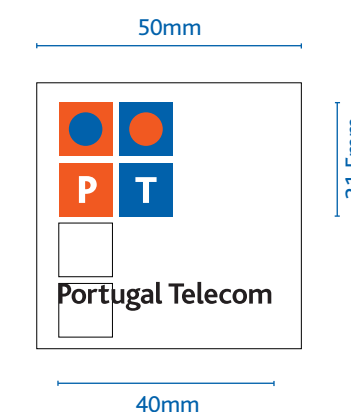
A = quadrado da marca  
B = 1/8 de A (área de exclusão da marca PT)



## Bandeira



## Autocolante



## Caneta

### Opção 1



### Opção 2

