Portal Casa

Brand ID 2.1 · novembro de 2026

Um traço até casa.

O manual da marca Portal Casa: quem somos, como falamos e como a marca se desenha, do ícone de 16 px à placa de 1 metro. A casa num só traço continua a ser o símbolo; agora esse traço é também o sistema.



01 · A MARCA

O portal imobiliário português, local e justo.

Ajudamos quem procura casa em Portugal a encontrá-la sem ruído, e quem a vende ou arrenda a anunciá-la sem pagar mais do que é justo.

PROPÓSITO

Pôr cada pessoa à porta da casa certa.

Procurar casa é das decisões maiores de uma vida. O Portal Casa existe para que esse caminho seja claro: anúncios verificados, preços à vista e informação de cada concelho e bairro.

PROMESSA

Local e justo, em cada anúncio.

Particulares anunciam grátis até 3 imóveis, com 40 fotos e 90 dias no ar. Agências têm um painel próprio, com equipa, contactos e estatísticas, a preços claros.

VALORES

1

Transparente

Mostramos o preço, a área e o certificado energético. Quando a morada é aproximada, dizemo-lo e desenhamos um círculo em vez de um ponto falso.

2

Próximo

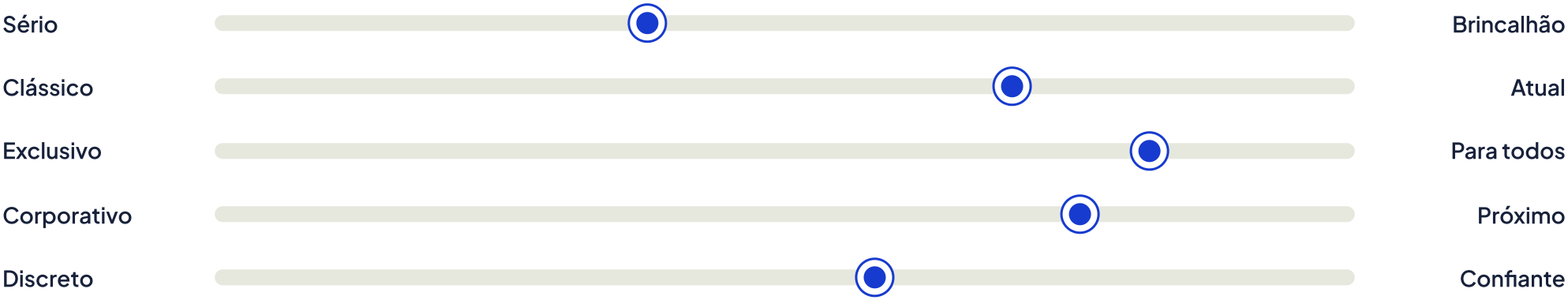
Escrevemos em português de Portugal, organizamos tudo por distrito, concelho e freguesia, e conhecemos cada bairro pelo nome.

3

Justo

Grátis para quem anuncia a própria casa. Planos simples para agências. Quem procura nunca paga, nem com o seu tempo.

PERSONALIDADE



PARA QUEM

Procura

Quem procura casa

Compra ou arrenda pela primeira vez, ou muda de cidade. Quer comparar sem perder tempo e confiar no que vê.

Anuncia

Particulares

Vendem ou arrendam a sua casa. Querem anunciar em minutos, de graça, e receber contactos por e-mail.

Profissional

Agências

Gerem carteira, equipa e contactos. Querem um painel rápido, integrações e resultados medidos.

ONDE NOS POSICIONAMOS

O que nos distingue

Anúncios verificados de particulares e agências, grátis para particulares, organizados pelo território real (CAOP e bairros) e escritos em português de Portugal. Menos ruído, mais casa.

Ao lado de quem

Concorremos com o idealista, o Imovirtual, a SUPERCASA e o Casa Sapo. O azul e a lima também aparecem nalgumas destas marcas: por isso o Portal Casa vive do traço, da casa e do tom, nunca só da cor.

02 · TOM DE VOZ

Falamos como um vizinho que percebe de casas.

Claro, próximo e honesto. Tratamos por «você», em português de Portugal, com frases curtas e palavras que toda a gente usa.

1. Claro antes de criativo

DIZEMOS

Anunciar é grátis para particulares.

NÃO DIZEMOS

~~Desbloqueie já a experiência premium de anúncio sem custos!~~

2. Honesto, mesmo quando falta alguma coisa

DIZEMOS

Este anúncio ainda não tem fotos.

NÃO DIZEMOS

~~Fotos em breve! Fique atento a esta oportunidade única.~~

3. Diz o que acontece a seguir

DIZEMOS

Ao enviar, o anunciante recebe os seus dados para lhe responder.

NÃO DIZEMOS

~~Submeter formulário.~~

4. Calmo nos erros, com a solução à vista

DIZEMOS

O código expirou. Peça um novo.

NÃO DIZEMOS

~~Erro 400: CodeMismatchException.~~

Palavras nossas

casa · anúncio verificado · concelho · freguesia · bairro · grátis · contacto · visita · arrendar · você

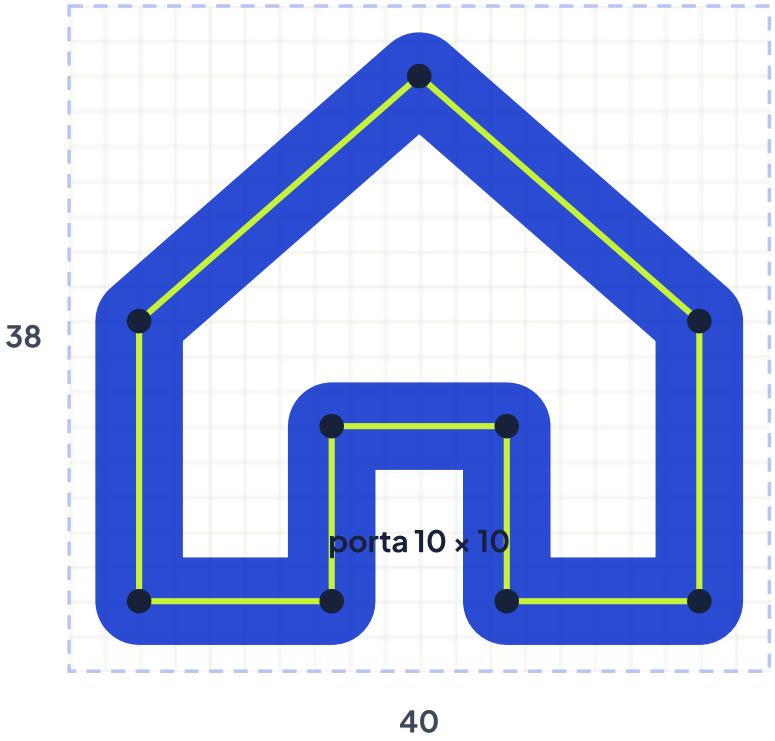
Palavras a evitar

~~imperdível~~ · ~~oportunidade única~~ · ~~luxuoso~~ · ~~clique aqui~~ · ~~submeter~~ · ~~utilizador~~ · ~~CTA~~ · ~~!!!~~

03 · SÍMBOLO E LOGÓTIPO

Uma casa, num só traço, com a porta aberta.

Telhado, paredes e porta desenhados sem levantar a caneta. A porta ao centro é a entrada: o portal para a casa certa. Lê-se até aos 16 px.



Caixa de 40 × 38, traço de 5 com cantos arredondados. Desenho: `M4 18 L20 4 L36 18 V34 H25 V24 H15 V34 H4 Z`

Horizontal · principal

Empilhado

Símbolo · avatar e app

QUATRO VERSÕES, UM FUNDO PARA CADA UMA

Portal Casa

Cor · sobre branco e creme

Portal Casa

Negativo · sobre azul

Portal Casa

Negativo · navy e fotos escuras

Portal Casa

Preto · uma cor e lima

ESPAÇO E TAMANHO



À volta do logótipo fica sempre livre, no mínimo, a altura **P** da porta da casa. Nada entra nesse espaço: texto, fotos, outros logótipos.

Tamanhos mínimos

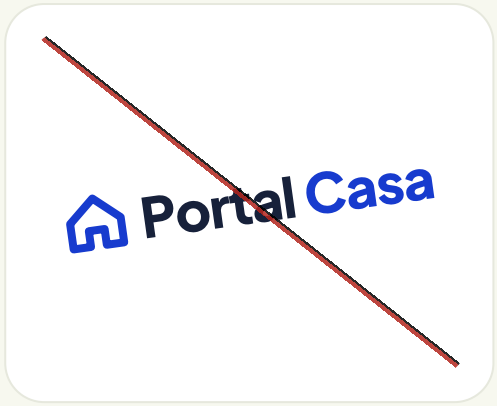
PEÇA	ECRÃ	IMPRESSÃO
Logótipo horizontal	120 px de largura	30 mm
Logótipo empilhado	72 px	20 mm
Símbolo	16 px	5 mm

Abaixo destes tamanhos, use só o símbolo. No favicon, o símbolo vai sem quadrado.

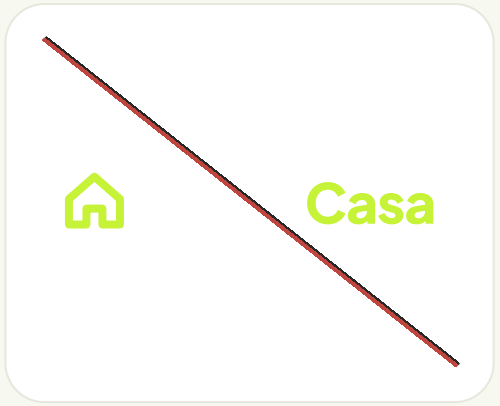
O LOGOTIPO NÃO SE ALTERA



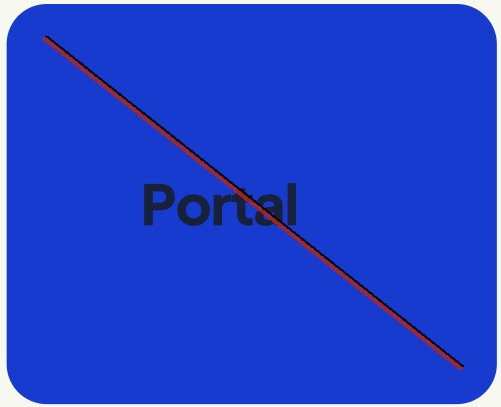
Não esticar nem comprimir.



Não rodar.



Não usar a lima sobre fundos claros.



Não usar a versão cor sobre azul.



Não juntar sombras ou efeitos.



Não mudar as cores.

04 · CORES

O azul manda, a lima destaca.

Quatro cores fazem a marca. O azul dá confiança e é a cor das ações; a lima é a faísca que aponta o que importa; o navy escreve; o creme dá ar.

Azul

Principal

HEX	#173BCE
RGB	23 59 206
CMYK	89 71 0 19

Lima

Destaque

HEX	#C6F238
RGB	198 242 56
CMYK	18 0 77 5

Navy

Texto

HEX	#17213A
RGB	23 33 58
CMYK	60 43 0 77

Creme

Fundos

HEX	#F7F8EF
RGB	247 248 239
CMYK	0 0 4 3

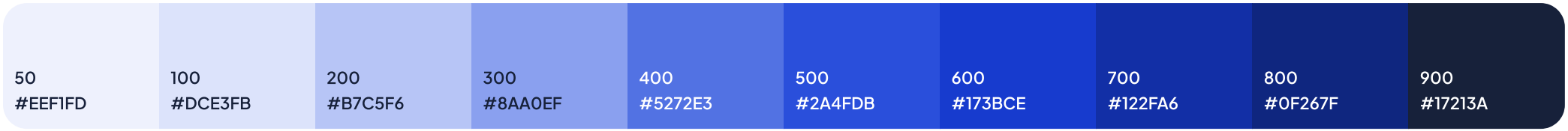
Cores de apoio: texto secundário #3E475C, linhas #E6E8DD. CMYK aproximado: peça prova de cor à gráfica.

EM QUE PROPORÇÃO



A lima é rara de propósito: um botão, um selo, a casa do símbolo. Quanto menos aparece, mais aponta.

ESCALA DO AZUL (TOKENS BRAND-50 A 900)

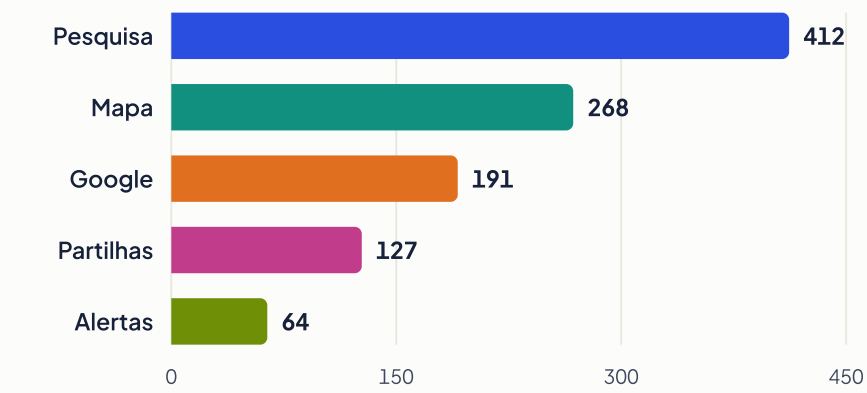


COMBINAÇÕES QUE SE LEEM (WCAG 2.2)

COMBINAÇÃO	CONTRASTE	PODE USAR EM
Branco sobre azul	8,2 : 1	Texto corrido
Lima sobre azul	6,3 : 1	Texto e títulos
Navy sobre lima	12,3 : 1	Texto corrido, botões lima
Navy sobre creme	14,9 : 1	Texto corrido
Azul sobre branco	8,2 : 1	Ligações
Lima sobre branco	1,3 : 1	Nunca como texto

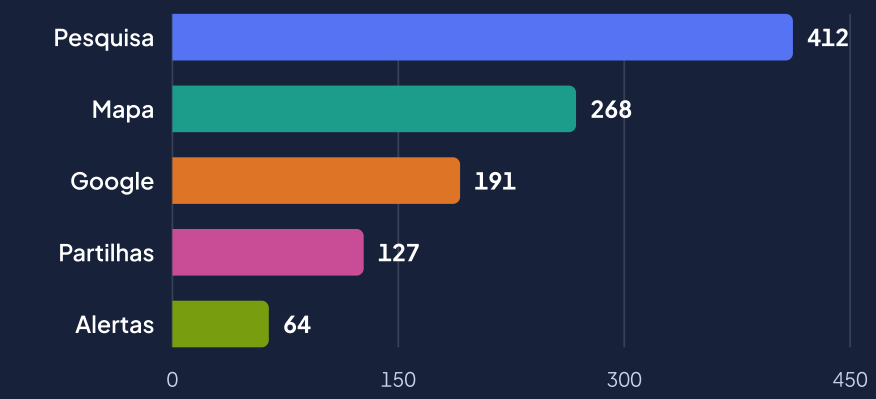
CORES PARA GRÁFICOS E DADOS

Para as estatísticas dos anúncios e os relatórios. A ordem é fixa: a 1.ª série é sempre azul, a 2.ª verde-água, e assim por diante. Validada para daltonismo (protanopia e deuteranopia) e para contraste, em fundo claro e no navy.



1. #2A4FE0 2. #12907F 3. #E07020 4. #C23C8C 5. #6E8F06

fundo claro: passa nos testes de daltonismo e contraste.



1. #5573F2 2. #1C9D8B 3. #DD7426 4. #C94C96 5. #789E0F

fundo navy: passa nos testes de daltonismo e contraste.

05 · TIPOGRAFIA

Uma só família: Plus Jakarta Sans.

Geométrica e calorosa, com letras abertas que se leem bem em ecrã. O ExtraBold dá a voz dos títulos e do logótipo; o Regular e o Medium fazem o resto.

Aa

Regular 400 · casa

Medium 500 · casa

SemiBold 600 · casa

Bold 700 · casa

ExtraBold 800 · casa

ESCALA (RAZÃO 1,25, BASE 16 PX)

Display 61 / 64 · 800 · −3%	# Encontre a casa dos seus sonhos
H1 39 / 44 · 800 · −2,5%	## Apartamento T2 com varanda
H2 31 / 36 · 800	### Certificado energético
H3 25 / 30 · 700	#### Características
Lead 20 / 30 · 400	Anúncios verificados de particulares e agências, em todo o país.
Corpo 16 / 26 · 400	T2 com 70 m², elevador e vista para a serra. Cozinha equipada, dois quartos com roupeiro e lugar de garagem.
Legenda 13 / 20 · 500	Algueirão-Mem Martins, Sintra · atualizado há 2 dias

Números

299.500 €

Preços com ponto nos milhares e o € depois, com espaço. Algarismos tabulares em tabelas e preços.

Títulos

ExtraBold, entrelinha apertada (1,05) e espaçamento −2,5%. Frase curta, sem ponto final, exceto em manifestos.

Alternativa

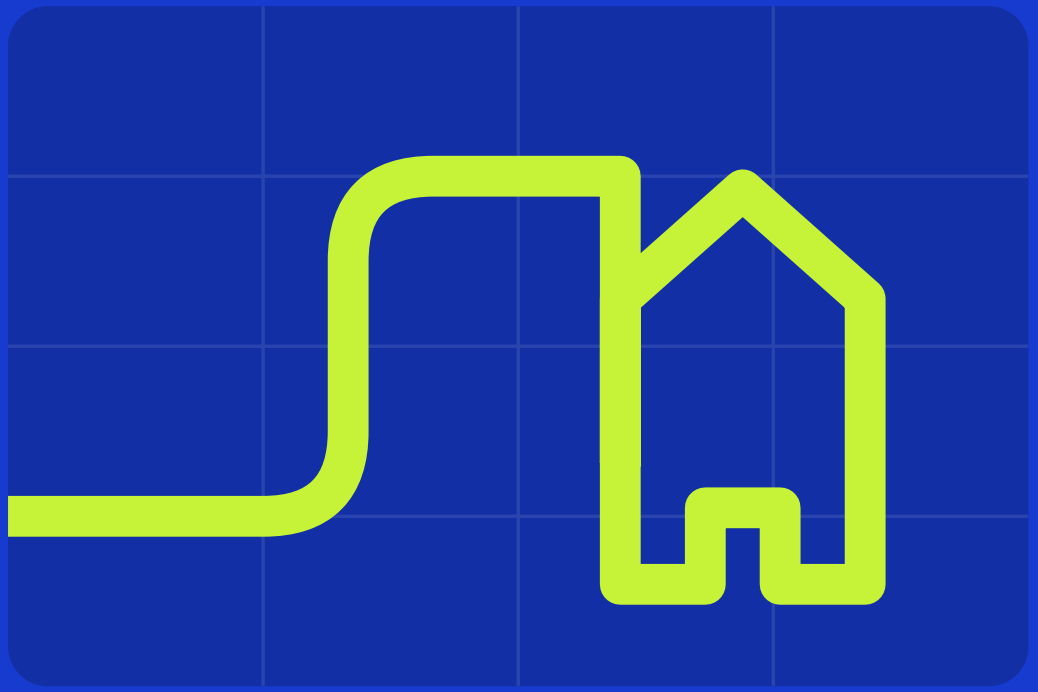
Onde a Plus Jakarta Sans não existe (Word, e-mail): Arial ou Helvetica, com os mesmos pesos.

06 · SISTEMA GRÁFICO

O traço que leva até casa.

O traço do símbolo sai do logótipo e torna-se linguagem: uma linha contínua que atravessa as peças como uma rua num mapa e termina sempre numa casa.

LINHA-CAMINHO



1. **A mesma espessura do símbolo.** O traço tem 1/8 da altura da casa onde termina: se a casa tem 160 px, o traço tem 20.
2. **Só linhas retas e curvas de 90°.** Como as ruas de uma planta, com o raio igual a duas espessuras.
3. **Termina sempre numa casa.** A linha entra pela parede esquerda e fecha o desenho do símbolo. Nunca acaba no vazio.
4. **Lima sobre azul ou navy; azul sobre creme.** Uma linha por peça.

MOLDURAS-CASA







A foto ocupa a casa inteira; o traço desenha-se por cima, com a porta a abrir-se sobre a imagem. Use em destaques de imóveis, capas de redes e campanhas. Nas fichas do site as fotos continuam retangulares.

PADRÃO «BAIRRO»







Casas em traço numa grelha, cada uma com a porta num sítio diferente, como as ruas de um bairro. Para fundos, envelopes, embalagens e o verso do cartão.

SUPERGRAFISMO





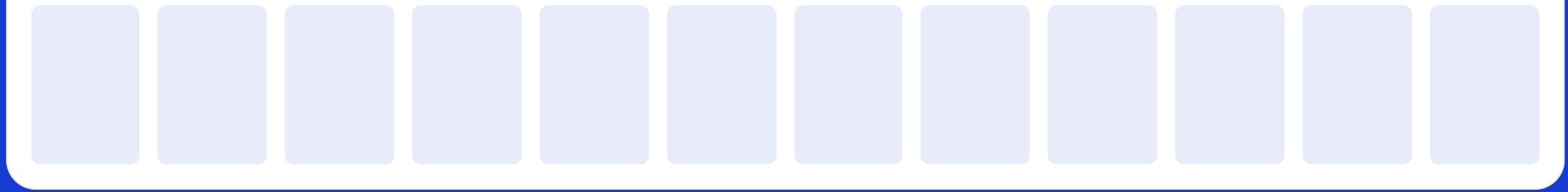
Um pedaço do símbolo, muito grande e cortado pela margem: o telhado ou a porta. Para cartazes, montras e capas. Uma ampliação por peça, nunca o símbolo inteiro em gigante.

SELOS E ETIQUETAS

À venda · Arrenda-se · Novo · ↓ Baixou 5% · Verificado · Destaque

Pílulas de cantos totalmente redondos, texto Bold 14 px. O estado do anúncio diz-se sempre por extenso, nunca só pela cor.

GRELHA, ESPAÇO E CANTOS



Grelha

12 colunas, intervalo 24 px, largura máxima 1280 px

Margens

32 px no computador, 16 px no telemóvel

Espaço

Múltiplos de 4: 8 · 12 · 16 · 24 · 40 · 64

Cantos

12 px botões e campos · 20 px cartões · 999 px pílulas

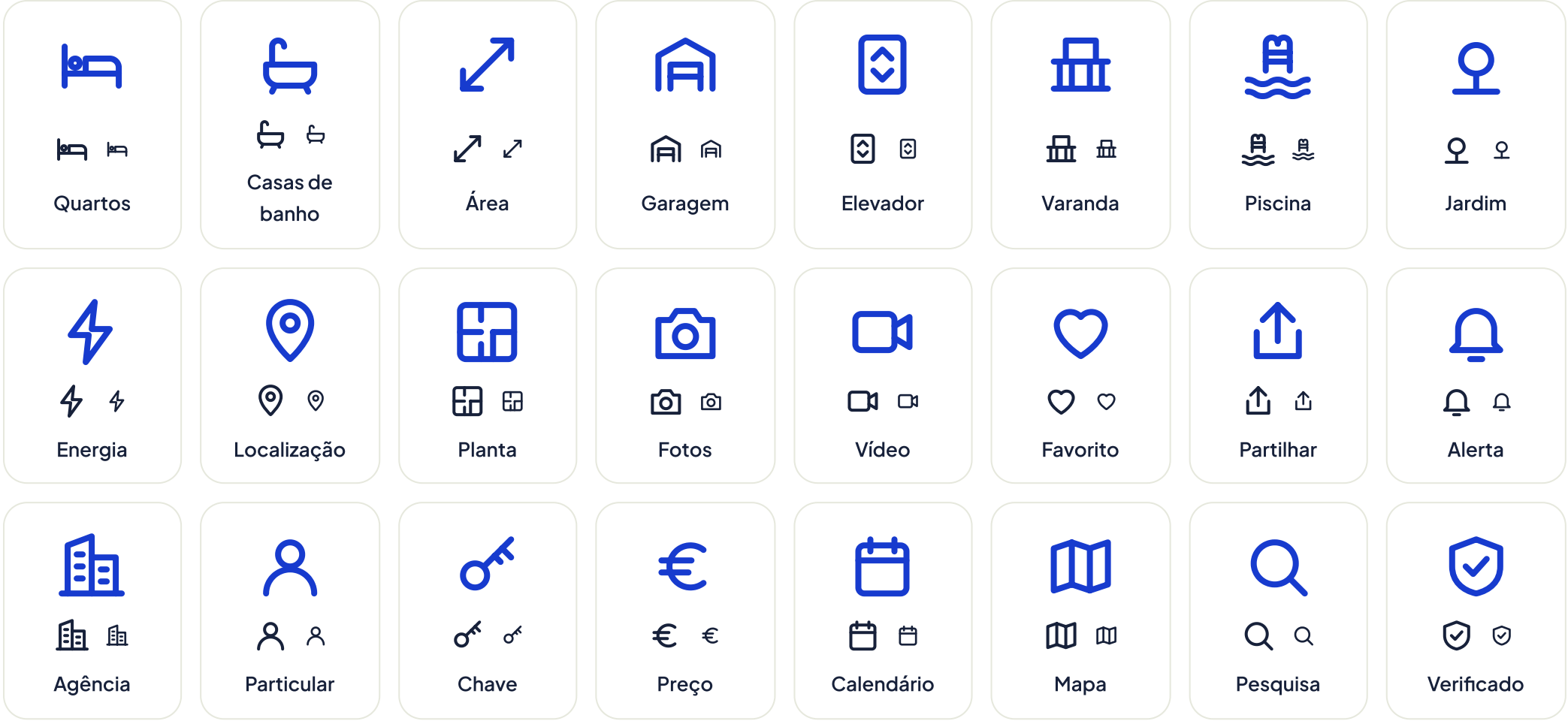
Toque

Alvos com 44 px de altura, no mínimo

07 · ÍCONES

24 ícones no traço da marca.

Desenhados numa grelha de 24 px, com traço de 2 px, pontas e cantos redondos, como o símbolo. Mostrados a 48, 24 e 16 px. A cor vem do texto à volta (currentColor).


Quartos
Casas de banho
Área
Garagem
Elevador
Varanda
Piscina
Jardim
Energia
Localização
Planta
Fotos
Vídeo
Favorito
Partilhar
Alerta
Agência
Particular
Chave
Preço
Calendário
Mapa
Pesquisa
Verificado

08 · FOTOGRAFIA

Casas verdadeiras, com luz verdadeira.

As fotos vendem a casa, por isso mostram-na como é: de dia, arrumada, com as linhas direitas. Nada de truques que a visita vá desmentir.



SIM

Luz natural e linhas direitas

Janelas abertas, câmara à altura do peito, paredes na vertical.



NÃO

Grande angular a torcer

Paredes inclinadas fazem a sala parecer o que não é.



SIM

Fachada de dia, de frente

A rua e o prédio como se veem ao chegar.



NÃO

Filtros e cores falsas

Céu azul-elétrico e saturação no máximo desmentem-se na visita.

Para anunciantes

Fotografe com a luz do dia e as janelas abertas, à altura do peito, com a câmara direita. Comece pela sala, mostre cada divisão e termine na rua ou na vista. A planta conta como foto.

Para a marca

Pessoas reais em casas portuguesas: azulejo, calçada, varandas, luz do sul. Sem bancos de imagem com sorrisos de estúdio. Sem filtros: só brilho e alinhamento.

09 · MOVIMENTO

A casa desenha-se, o nome chega a seguir.

O movimento é curto, discreto e vai num só sentido, como quem chega a casa. Quem pede menos movimento no sistema vê tudo parado e completo.



Tempos e curvas

200 ms
cor, hover

300 ms
menus, avisos

500 ms
entrar no ecrã

1 200 ms
logótipo

Curva padrão: `cubic-bezier(.2, .7, .2, 1)`, rápida no início e suave no fim. As coisas entram a subir 16 px e a aparecer; nunca saltam nem ressaltam.

10 · APLICAÇÕES

A marca no dia a dia.

Do ecrã à rua, as mesmas peças: o traço, a casa, o azul que manda e a lima que aponta.

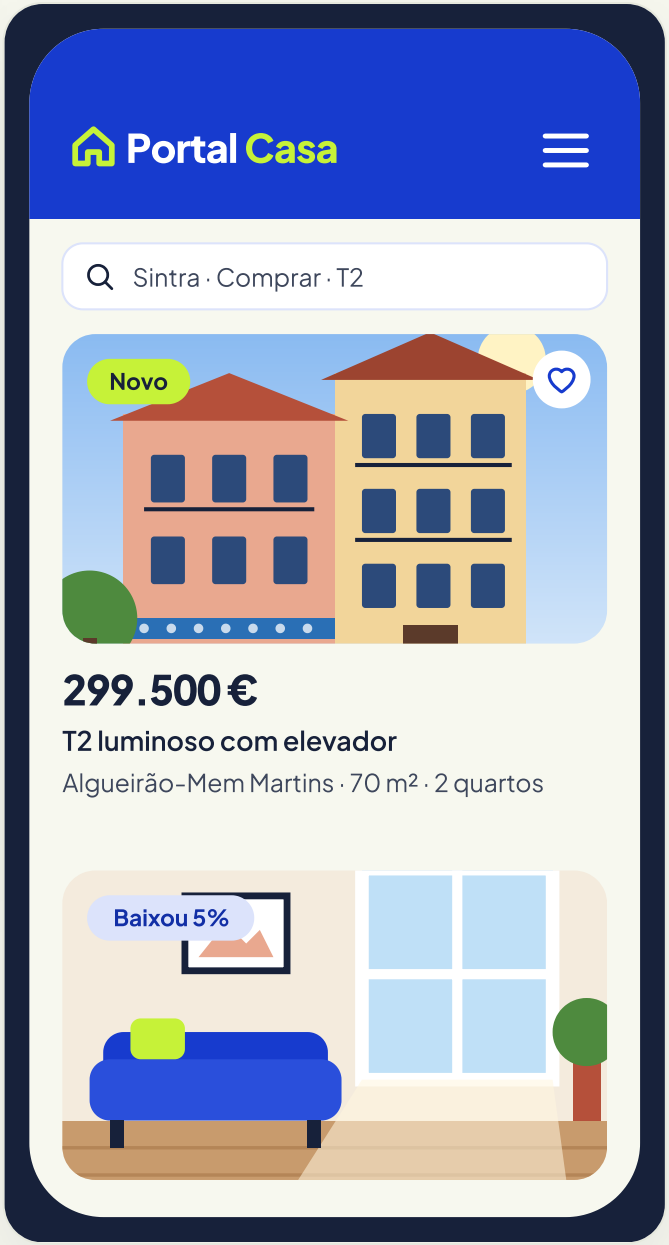
Ficha do imóvel no site

Computador



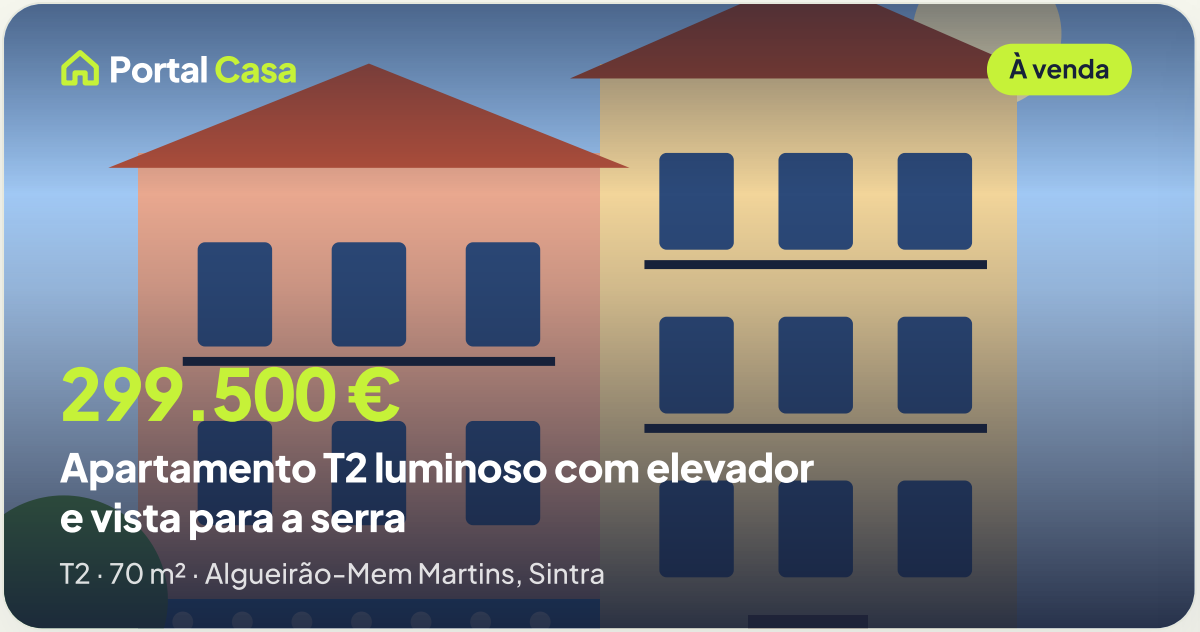
Pesquisa no telemóvel

390 px



Cartão de partilha

1200 × 630 · WhatsApp, Facebook, LinkedIn



Publicação de Instagram

1080 × 1080



Story de Instagram 1080 × 1920



Cartão de visita 85 × 55 mm · frente e verso



Placa VENDE-SE 100 × 70 cm



Autocolante de montra Ø 200 mm · para agências



Portal Casa

Resultados · 3.º trimestre

Mais contactos, menos ruído.

Exemplo de diapositivo com números em destaque.

+38%
contactos por anúncio

2 h
primeira resposta



Valores ilustrativos

11 · RECURSOS

Tudo o que precisa para usar a marca.

Os ficheiros finais (SVG, PNG, PDF para a gráfica) estão no brand kit. Aqui ficam os tokens para copiar.

```
:root {
  /* Portal Casa · Brand ID 2.1 */
  --pc-azul: #173BCE;      /* principal, ações */
  --pc-lima: #C6F238;      /* destaque, nunca texto sobre claro */
  --pc-navy: #17213A;      /* texto */
  --pc-creme: #F7F8EF;     /* fundos */
  --pc-muted: #3E475C;     /* texto secundário */
  --pc-linha: #E6E8DD;     /* linhas */
  --pc-brand-50: #EEF1FD;  --pc-brand-100: #DCE3FB;
  --pc-brand-200: #B7C5F6; --pc-brand-300: #8AA0EF;
  --pc-brand-400: #5272E3; --pc-brand-500: #2A4FDB;
  --pc-brand-600: #173BCE; --pc-brand-700: #122FA6;
  --pc-brand-800: #0F267F; --pc-brand-900: #17213A;
  /* gráficos, por esta ordem (claro | escuro) */
  --pc-dados-1: #2A4FE0; --pc-dados-1-escuro: #5573F2;
  --pc-dados-2: #12907F; --pc-dados-2-escuro: #1C9D8B;
  --pc-dados-3: #E07020; --pc-dados-3-escuro: #DD7426;
  --pc-dados-4: #C23C8C; --pc-dados-4-escuro: #C94C96;
  --pc-dados-5: #6E8F06; --pc-dados-5-escuro: #789E0F;
  --pc-fonte: 'Plus Jakarta Sans', Arial, sans-serif;
  --pc-raio-botao: 12px; --pc-raio-cartao: 20px;
  --pc-traco: 0.125;       /* espessura do traço = 1/8 da altura da
casa */
```

01-logotipo/	Horizontal, empilhado e símbolo, em cor, negativo, preto e branco (SVG, PDF, PNG)
02-icones/	Favicon, ícones de app e site.webmanifest
03-cores/	cores.css, tokens.json, Tailwind, amostras Adobe e GIMP
04-tipografia/	Plus Jakarta Sans (OFL)
05-redes-sociais/	Avatares, capas, imagem de partilha, modelos de post e story
06-papelaria/	Cartão de visita, papel de carta, assinatura de e-mail

```
  --pc-curva: cubic-bezier(.2, .7, .2, 1);
}
```

07-sinaletica/	Placas VENDE-SE e ARRENDA-SE 100 × 70 cm
manual-de-marca/	Este manual (HTML) e o manual 2.0 em PDF

Descarregue o manual em PDF e os logótipos e cores (SVG, PNG, PDF e paletas). Para outros ficheiros ou dúvidas sobre a marca: geral@portalcasa.pt