

Kit de normas gráficas





Nota introdutória

O presente kit de normas gráficas foi pensado para ser uma referência simples e de fácil utilização, mesmo para um utilizador menos técnico, de forma a que a entidade visual da marca Natural da Terra seja sempre coerente e apelativa.

A marca Natural da Terra foi criada para uma pequena empresa de agricultura e cozinha vegetariana e tem a autossustentabilidade como principal objetivo e o escoamento de produtos como objetivo secundário. Esta a linha de pensamento, tão excêntrica para o mundo empresarial, guia todas as escolhas feitas para o projeto.

Todos os elementos impressos são pensados para serem facilmente reproduzidos com técnicas simples e manuais, como carimbos, e todos os elementos digitais são pensados para trazerem esse aspecto natural para o mundo digital.

"A cozinha vegetariana, ovo-lacto ou vegan, com alimentos naturais e sempre o mais frescos possível, está tão presente no nosso dia a dia na quinta como o ar que respiramos. Todas as conservas ou pre-feitos são, em primeira instância, uma forma de tentar alcançar a auto sustentabilidade, ou seja de melhor gerir os produtos da quinta, assim como o nosso tempo."

Joana Brito *natural da Terra*

"Sendo a alimentação a primeira necessidade humana, a cozinha é a mais sincera das artes."



Índice

Nota introdutória	3
Índice	5
A marca	7
Os produtos	8
O logo	9
Adaptação e vetorização do logo	10
Versão institucional	11
Versão horizontal	13
Versão iconográfica	14
Tipografias	15

Ylee mhim	16
Apalu	17
Microsoft JhengHei	18
Cores	19
Testes de cor.	21
Tamanhos mínimos	23
Margens	25
Elementos extra	27
Utilizações	29
Restrições	31



Todo o conceito da marca tem exigências próprias, com características bastante diferentes do conceito normal de marca, sendo que uma das principais é que tudo possa ser reproduzido mesmo sem qualquer tipo de tecnologia ou indústria atual.

O desenho original do logotipo foi feito pela dona da marca e foi já utilizado nessa forma mais crua. É deste desenho original que surge não só o logotipo mais limpo e vetorizado, como uma coleção de pequenos elementos gráficos que são usados ao longo deste kit de normas gráficas e podem ser utilizados em todas as comunicações ou representações gráficas da marca.

As cores, retiradas de corantes naturais, são menos vivas do que estamos hoje em dia habituados, não perdendo no entanto o seu encanto, em particular quando utilizadas sobre tons de castanhos e bejes, o que é muito frequente uma vez que todo o embalamento e etiquetas da marca são impressos em papel pardo ou outros papeis naturais.



Os produtos





O logotipo da marca, já existente, foi tratado e vetorizado, de forma a ter uma utilização mais simples e ampla, mas sempre com o cuidado de manter o aspecto artesanal e simples do mesmo e com o seu objetivo principal em mente: imprimir rótulos e etiquetas com técnicas antigas e manuais. As linhas mantém-se incertas e o estilo monocromático está presente em toda a entidade visual, mesmo na digital sendo que no digital, utilizam-se das texturas e efeitos para criar outra dimensão nos grafismos mantendo a mesma linha visual.

No tratamento do logotipo foram retirados os pormenores de menores dimensões e reduzidas as linhas até ao ponto de o design ser suficientemente interpretado mesmo em dimensões reduzidas mas sem perder a sua beleza e aspecto natural. Foram também alteradas as tipografias e o posicionamento dos elementos.

Foram também criadas as versões horizontal e iconográfica, para que a marca tenha maior utilização prática, assim como criados alguns elementos gráficos à partir do design original.

Adaptação e vetorização do logo



Logotipo original
fornecido pelo cliente



Logotipo tratado e
vetorizado

Versão institucional



O logotipo deve ser usado na sua versão institucional na maioria das situações em que não há constrangimentos de espaço ou outros, pois esta é a sua versão principal e mais representativa da marca.

Todos os pormenores de dimensões demasiado reduzidas foram retirados e as linhas foram simplificadas para que os caminhos tivessem o mínimo de pontos possível sem que o desenho da marca perdesse a forma orgânica e natural.

O próprio círculo não é apenas uma barreira de segurança e faz parte do logo na versão institucional, podendo o mesmo ser preenchido com uma das cores da marca em utilizações digitais, mas mantendo-se sem preenchimento nas utilizações impressas. Este mesmo círculo, com as mesmas regras, pode também ser aplicado na versão iconográfica.



Versão horizontal



A versão horizontal é uma versão oficial do logotipo desenhada para ser usada apenas quando as condições de espaço sejam limitativas.

Nesta versão a palavra “natural” foi colocada no inicio da composição e o seu peso no total do logotipo é muito maior, para além disso o nome da marca é mais legível quando em dimensões muito reduzidas que necessitem de uma versão completa do logotipo.

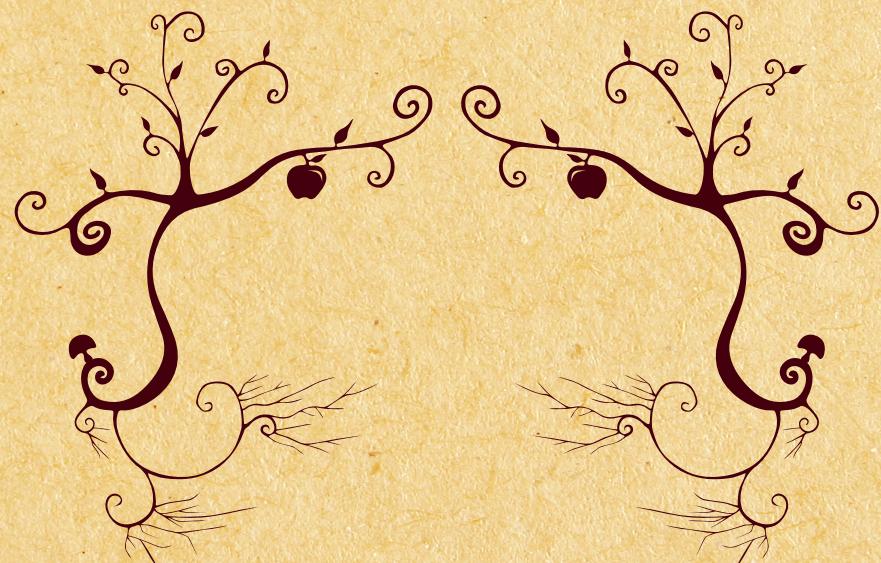


Versão iconográfica



A versão iconográfica é uma versão do logotipo desenhada para ser usada apenas quando as condições de espaço sejam mesmo muito reduzidas, ao ponto da tipografia não ser legível e em conjunto com outros elementos.

A versão iconográfica não deve ser usada como elemento exclusivo de identificação da marca, ou seja deve sempre ser usada para complementar outros elementos identificativos da mesma. Esta versão pode no entanto, ao contrário das outras, ser invertida, rodada ou deformada para criar elementos gráficos.



Tipografias

As tipografias institucionais principal e secundária da marca são ambas do tipo manuscrito, uma vez que o lema da marca é: "tudo feito à mão" e muitas vezes os elementos são mesmo escritos à mão com técnicas de caligrafia escolar antiga.

A tipografia institucional principal, Ylee MHIM, é a utilizada, apenas em caracteres minúsculos, no logotipo, e deve ser usada principalmente em títulos e nomes de produtos, de notar a diferença de peso entre maiúsculas e minúsculas e utilizar de acordo.

A tipografia institucional secundária, Apalu, à semelhança da principal é do estilo manuscrito e deve ser usada com alguma sensibilidade, na sua forma regular tem já uma inclinação de itálico e é bastante elaborada, sendo por isso reservada para títulos, frases importantes e outros elementos de destaque.

Por fim foi selecionada uma tipografia mais simples, que lembra as de máquina antiga, a Microsoft JhengHei, para utilizar em texto corrido, listas de ingredientes, etc., sendo que esta tem três estilos, light, regular e bold, o que permite um melhor desenho gráfico.

Yee nhim



Alimentação natural e comida vegetariana.

ylee MHIM
Regular

abcdefghijklmnoprstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ



Apalu



Alimentação natural e comida vegetariana.

Apalu
Regular

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x w y z
A B C D E F G H I J K L M -
N O P Q R S T U V X W Y Z



Alimentação natural e comida vegetariana.

Microsoft JhengHei
Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

**Microsoft JhengHei
Bold**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Microsoft JhengHei
Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ





Cores



As cores selecionadas tiveram uma origem muito específica, tons de corantes naturais facilmente utilizáveis na prática, em particular a beterraba, a argila da zona de origem da marca e várias folhas, como o espinafre e outras, e flores comestíveis, como a calêndula.

Esta particularidade era uma das exigências iniciais do projeto, ser reproduzível sem indústria, e foi conseguida uma paleta bastante diversa de tons apelativos mesmo com esta grande restrição.

Sendo toda a entidade visual da marca monocromática, qualquer dos tons pode ser usado, dependendo do contexto visual, mas as cores devem ser misturadas com bastante cuidado, sendo que em caso de dúvida é sempre melhor optar por usar uma só cor.



RGB 248 244 176
CMYK 9 3 41 0
#f7f5b0

RGB 228 192 89
CMYK 12 25 76 2
#e4c059

RGB 192 133 65
CMYK 21 50 81 10
#c08541

RGB 142 86 48
CMYK 30 68 81 29
#8e5630

RGB 90 36 25
CMYK 37 88 77 59
#5a2419

RGB 71 0 9
CMYK 42 98 78 69
#470009

RGB 71 73 34
CMYK 74 65 93 33
#474922

RGB 29 27 18
CMYK 81 80 80 66
#1d1b12

Festes de cor





Tamanhos mínimos



Na sua versão institucional o logo não pode ser impresso com menos que 34 milímetros de largura.



Na sua versão horizontal o logo não pode ser impresso com menos que 40 milímetros de largura.



Na sua versão iconográfica o logo não pode ser impresso com menos que 16 milímetros de largura.



Favicon, ícone mais pequeno: 15,5 px de largura por 11,23px de altura. (Só versão iconográfica.)



Ícone pequeno: 26,5 px de largura por 19,2px de altura. (Só versão iconográfica.)



Ícone grande: 98,35 px de largura por 113,2 px de altura. (Todas as versões são permitidas a partir deste tamanho.)





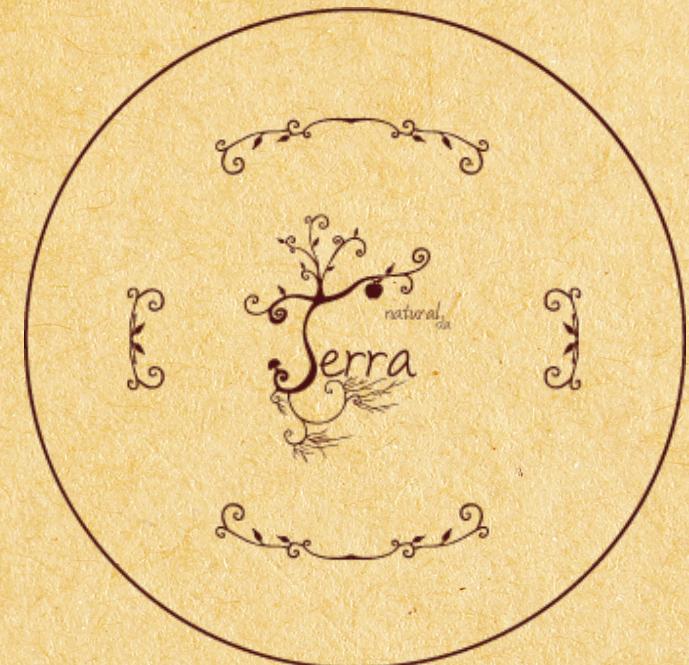
Margens

A decorative horizontal flourish consisting of two dark brown, symmetrical scrollwork ends connected by a thin, curved line with small leaf-like shapes at its center.

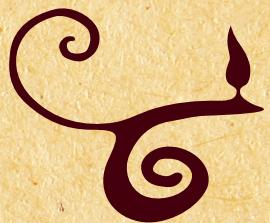
As margens de segurança são referências mínimas de espaço entre o logotipo e qualquer outro elemento gráfico e têm o intuito de manter a legibilidade da marca em todas as situações, assim como de aumentar o destaque que a mesma tem em qualquer composição visual.

Estas margens devem ser sempre fáceis de manter, e como dito anteriormente são apenas uma referência mínima sendo que um espaço maior é sempre aconselhado.

A margem de segurança é sempre definida por um “e” de dimensão em qualquer sentido, esta margem pode ser uma barreira física, um círculo fechado, que pode ter ou não preenchimento, ou pode também ser construída com elementos da marca como nos exemplos da página seguinte.



Elementos extra



Os elementos gráficos disponíveis nesta página e seguinte, alguns dos quais utilizados ao longo deste kit de normas gráficas, foram desenhados a partir do desenho inicial do logotipo da marca e podem ser utilizados nos mais variados contextos, garantindo que entidade visual é coerente e apelativa.

Estes elementos são de linhas orgânicas e simples, o que permite serem usadas em qualquer tipo de técnica de impressão ou gravura, ou até mesmo serem pintadas à mão.

No mundo digital estes elementos devem ser usados sobre texturas de aspecto natural e de forma a parecerem integrados na mesma, gravados, embutidos, pintados, etc.





Estes até numa
batata...





Utilizações

A principal utilização dos elementos gráficos da marca vai ser a criação de etiquetas, rótulos, preçarios, cartões e outros elementos impressos a uma cor. Os exemplos dados de seguida pretendem ser apenas uma inspiração para a criação de todo este material impresso, sendo que todos os elementos, cores e tipografias contidos neste manual podem e devem ser utilizados para esse fim.



Produtos do mês

Talafel (emb. de 10)	3€
Croquetes de Arna. (emb. de 6)	2€
Tresco de caju e ervas. (aprox. 250ml)	2.5€
"Peta" de amêndoa ou caju. (aprox. 200g)	4€
Almondegas de tofu e amendoim. (emb. de 6)	2€
Hambúrguer de grão-de-bico e batata-doce. (emb. de 4)	2€
Hambúrguer de feijão preto, beterraba e nozes. (emb. de 4)	2.5€
Empadadas sem glúten de pimento, aipo e tomate. (emb. de 4)	3€
Granola de maçã, canela e nozes. (emb. de aprox. 200g)	2.5€
Compotas e Geleias (emb. de aprox. 250ml)	2€
Bolachas diversas qualidades (emb. de 6)	1€

Produtos sazonais, assim como pedidos especiais,
também são naturais.



Restrições



- Não alterar as proporções do logotipo em nenhuma versão.
- Não deformar de nenhuma forma o logotipo.
- Não alterar a posição relativa dos elementos do logotipo.
- Não utilizar cores que não estejam identificadas como cores auxiliares da marca em nenhuma parte do logotipo



X



X



X



X

- Não alterar nenhuma das tipografias utilizadas no logotipo.
- Não adicionar elementos dentro do espaço reservado ao logotipo, isto inclui margem de segurança e barreira de segurança.
- Respeitar sempre os tamanhos mínimos e as margens de segurança mínimas, sendo que em nenhum dos casos existe limites máximos.
- Utilizar as versões horizontal, iconográfica, monocromática, positiva e negativa, de acordo com as indicações do presente manual, respeitando sempre as indicações dadas nos testes de cor.



Trabalho realizado por Maria João da Cunha

Ao cargo de Ethicco Design

Fevereiro 2024



