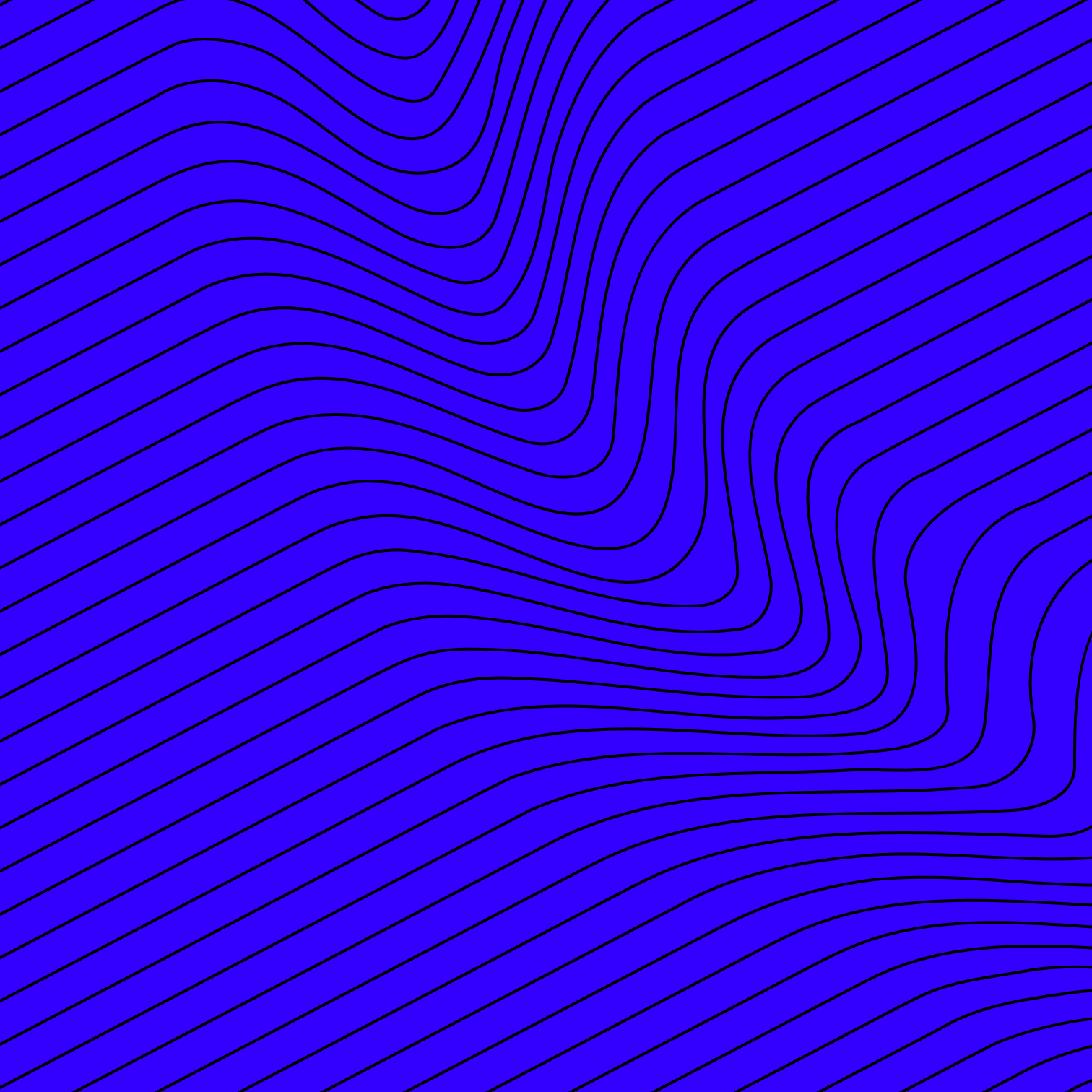
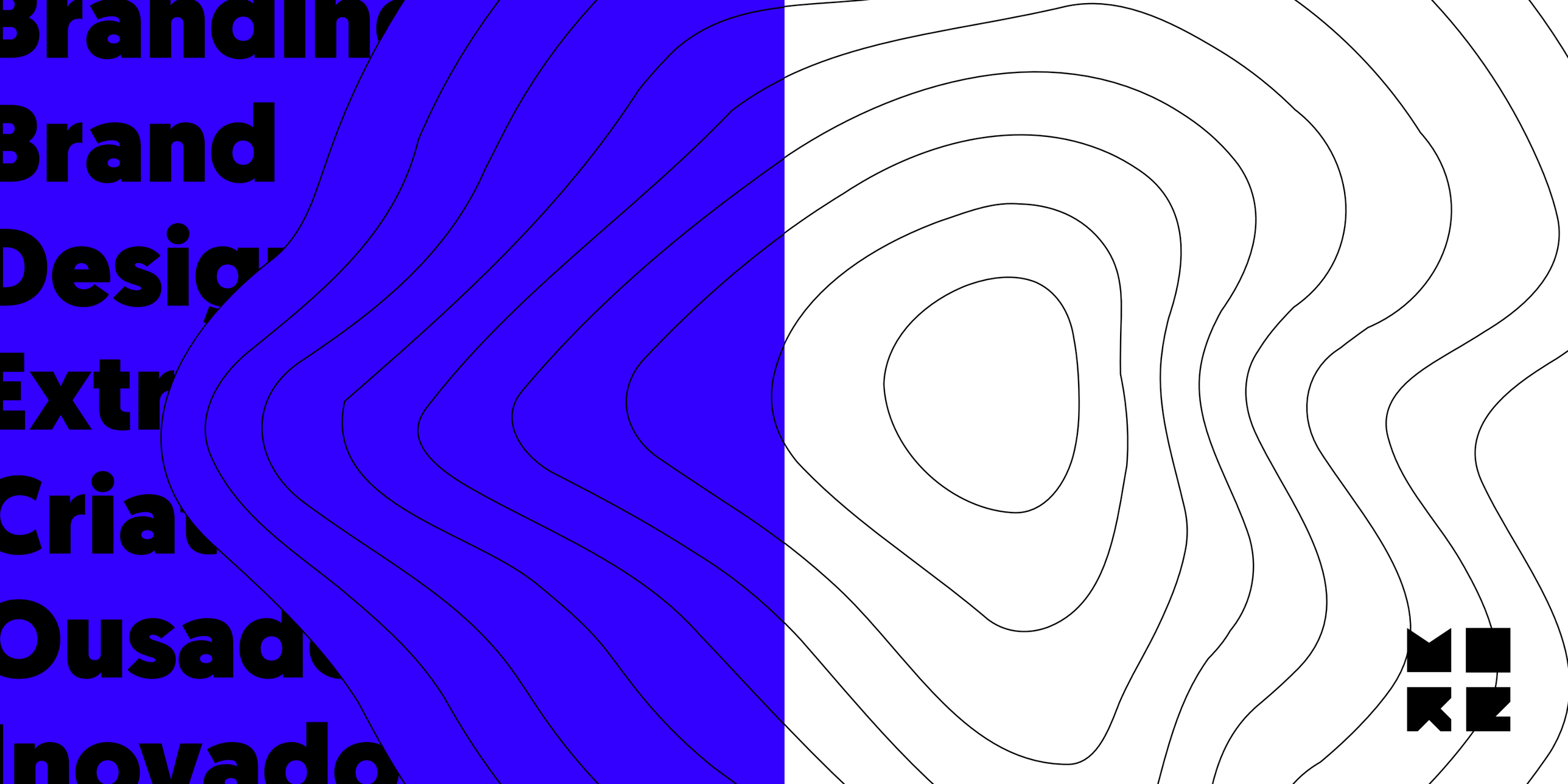



Brandin
Brand
Desig
Extr
Criat
Ousad
Inovado


future
future
future
future
future
future
future
future
future
future
future
future
future
future
future
future

Você está preparado para o futuro?

O livro que você tem em mãos intencio-na apresentar, ao expressar a essência da marca, a consciência construída para aplicação correta. Compartilhamos nos-sa missão, valores e significado para uma compreensão íntegra da marca. Toda a identidade da More está aqui.

Marcas grandiosas

Juntos daremos
o salto à liderança



SUMÁRIO

A MORE 14

COMUNICAÇÃO 18

TOM DE VOZ 22

ELEMENTOS DA IDENTIDADE DA MARCA 26
- ASSINATURA VISUAL 28
  - DEFINIÇÃO 30
  - VERSÕES 32
  - SÍMBOLO TIPOGRÁFICO 34
  - VARIAÇÕES 36
  - PROPORÇÕES 82
  - ÁREA DE PROTEÇÃO 84
  - REDUÇÃO 86
  - USOS INCORRETOS 88
  - DISTORÇÃO DA FORMA 90
- ELEMENTOS BÁSICOS 92
  - TIPOGRAFIA DE TEXTOS 94

PONTOS DE CONTATO 96
- COMPOSIÇÃO DAS PEÇAS 98
  - LAYOUT 100
  - PROIBIÇÕES 102
  - FORMATOS 104

AS PEÇAS 106
- PAPELARIA 108
  - cartão de visita 110
  - papel timbrado 120
  - envelopes sacos 126
- BRINDES 130
  - botons & chaveiros 132
  - bloco de notas 136
  - caneta 140
  - canecas 144
  - ecobags 148
  - camisetas 156
  - papelaria da marca 172
- DIVULGAÇÃO 176
  - cartaz lambe-lambe 178
  - cartaz "lambe-lambe" A1 192
  - outdoors 212
  - cartazes expositores 222
  - cartazes "totem" expositores 230
  - banners expositores 236

ESTANDE 240

ANIMAÇÃO 260

CONTATO 269

Tenha uma marca de IMPACTO



A MORE

A More nasceu para proporcionar o futuro às empresas. Agora. Procuramos parcerias de impacto e que não tenham medo de ousar para nos ajudar a construir e reconstruir suas marcas. Estamos aqui para conduzir o cliente à reinvenção necessária diante das constantes transformações do mercado e do mundo. Quem não se adapta, morre na praia. Assim, nosso objetivo é construir marcas inovadoras, atemporais e radicalmente ousadas a fim de que o negócio dos nossos parceiros lidere a mudança do futuro já no presente.

Não somos apenas uma empresa, uma agência de branding & design. Somos vida — constituída por pessoas, renovada a cada instante. Nossa marca é uma ramificação do sentimento mais bonito do ser humano: a empatia. O objetivo principal, portanto, sempre é se conectar com o público e manter uma relação de parceria, o que ultrapassa uma mera prestação de serviços ao cliente. Queremos superar expectativas, edificar laços afetivos, gerar interação, manter ótima comunicação e estar em permanente troca de ideias.

Seja radicalmente ousado.
Temos o More que é a sua cara.



COMUNICAÇÃO

A comunicação da nossa marca é mais visual. O destaque está no símbolo que cria interesse imediato no conteúdo arquitetado pela More.

Frases de impacto acompanham as artes e acreditamos que a soma destas características torna nossa comunicação mais clara ao instigar a curiosidade das pessoas de forma agradável.

Mude.
Adapte.
Inove.



TOM DE VOZ

As palavras têm o poder de compor o tom de uma empresa. Elas são instrumentos significativos para uma comunicação eficaz no âmbito verbal e, assim como a comunicação visual, é também determinante dentro do objetivo de fidelizar o cliente.

Voltada a todos os públicos, interno e externo, nossa comunicação verbal inspira pelo tom criado. Um jeito simples, descomplicado, objetivo, que impacta positivamente. Somos diretos para explicar o motivo da nossa existência, a maneira como trabalhamos, demonstrar a qualidade do serviço oferecido e, principalmente, como damos vida às marcas: pautados invariavelmente pela criatividade que não teme ousar.

Provocamos o lado racional das pessoas com reflexões sobre a marca e o futuro. Transmitimos segurança ao confiar nos negócios dos nossos parceiros.

Somos uma empresa que busca ouvir e compartilhar conhecimento. Temos empatia pelas pessoas, por suas histórias e marcas. Nossa comunicação expressa + liderança, + futuro, + crescimento, + ousadia, + impacto. Nos aproxima e nos torna cada vez mais More.

+ Liderança
+ Futuro
+ Crescimento
+ Ousado
+ Impacto
+ More

Todo mundo é um pouco More.



Elementos da identidade da marca

Toda a pluralidade da More é expressa pelos diversos elementos da identidade, responsáveis por gerar contato com nossos stakeholders. Vamos conhecê-los agora.

ASSINATURA VISUAL

Desenvolvido com base na geometria quadrada e nos princípios de Gestalt, o símbolo tipográfico permite uma leitura facilitada e reconhecimento imediato do símbolo “+”, criado por uma ilusão de ótica causada por um curto espaço entre das partes do símbolo “MORE”.

Vivo e mutante, ele assume várias perspectivas e facetas, sendo capaz de conversar com públicos diversos. A composição simples garante infinitas variações e viabiliza a identificação do símbolo a partir de sua forma. A tipografia usada para o logotipo “More Brand” é a Geomenist Bold, que gera um contraste e adquire força em sua assinatura visual. No símbolo, inúmeras cores são possíveis, texturas, presença ou ausência de sombra, vazados, com imagens de preenchimento ou externas, enfim. A natureza desta assinatura visual é ser plural.

DEFINIÇÃO

A assinatura visual da marca é representada pelo símbolo tipográfico e pelo logotipo.

O logotipo é formado pela tipografia Geomanist Bold, ela gera contraste com a forma robusta do símbolo por ser bold e redonda.

A. Símbolo

Os elementos "MORE" é aplicado em todas as versões de cores e grafismos.

B. Logotipo

Os nomes "More Brand" ou "More Brand, agência de branding & design".

C. Assinatura visual

A marca (C) é a configuração do símbolo (A) em qualquer uma de suas versões + o logotipo (B) em uma ou quatro linhas, quando usado juntos em cituações necessárias.







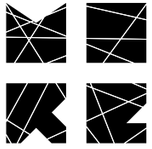
More Brand

More Brand, agência de branding & design

More Brand, agência de branding & design



More Brand



More Brand, agência de branding & design



More Brand, agência de branding & design

VERSÕES

A assinatura visual é expressa pelo logotipo “More Brand” ou “More Brand, agência de branding & design” acompanhado pelo símbolo tipográfico “More”. Os complementos “More Brand” e “More Brand, agência de branding & design” podem aparecer separados do símbolo e vice-versa, dependendo da aplicabilidade.

A. Primário

Logotipo centralizado em relação ao símbolo ou posicionado na lateral alinhado à direita.



More Brand



More Brand, agência de branding & design



More Brand

B. Secundário

Logotipo aparece centralizado em relação ao símbolo, ou também posicionado na lateral alinhado à direita.



More Brand



More Brand, agência de branding & design

C. Terciáro

Logotipo aparece centralizado em relação ao símbolo ou posicionado na lateral alinhado à direita. Pode, ainda, ser sobreposto ao símbolo.



More Brand



More Brand, agência de branding & design



D. Quaternário

Pode ser apenas o logotipo “More Brand, agência de branding & design”. O logotipo aparece centralizado em relação ao símbolo.



More Brand, agência de branding & design

E. Quinário

Pode ser apenas o logotipo “More Brand, agência de branding & design”. O logotipo aparece centralizado em relação ao símbolo.



More Brand, agência de branding & design

SÍMBOLO TIPOGRÁFICO

A. Primário

É o símbolo mais usado. Enxergamos a figura reconhecível do símbolo “+”.

B. Secundário

Preferencialmente utilizado quando sua faceta é formada por imagens ou grafismos que necessitam que as pequenas partes se unam para melhor visualização do todo.

C. Terciáro

Comumente empregado quando a faceta do símbolo é formada por imagens em movimento, como vídeos ou gifs.

D. Quaternário

Aplicado em casos de a aplicação exigir assinatura na horizontal.

E. Quinário

É normal adotar este tipo se a aplicação precisa de uma assinatura na horizontal.



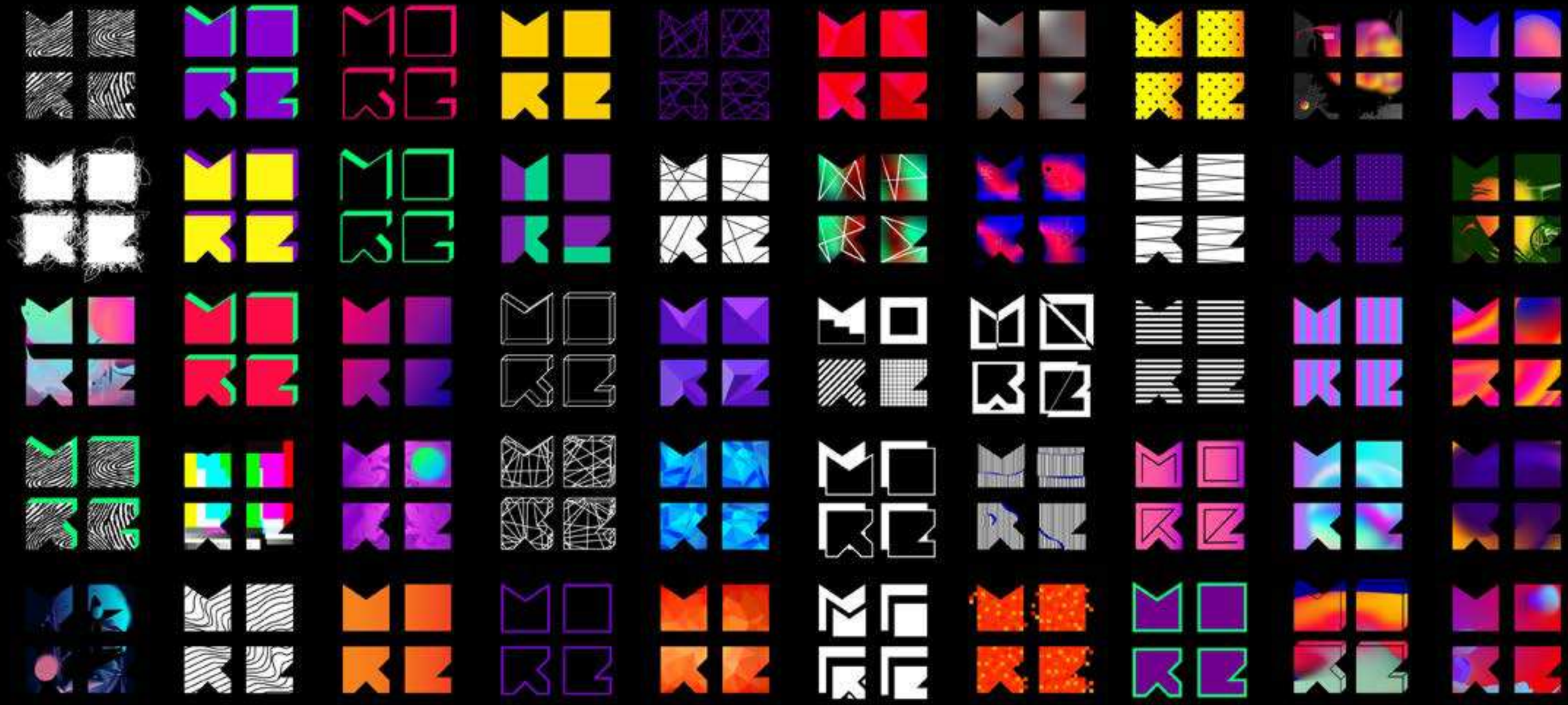
Estes são os modos como nossa marca pode ser usada. Todas as versões podem ter suas facetas compostas por imagens, cores, texturas, grafismos, gradientes, vídeos, gifs etc.

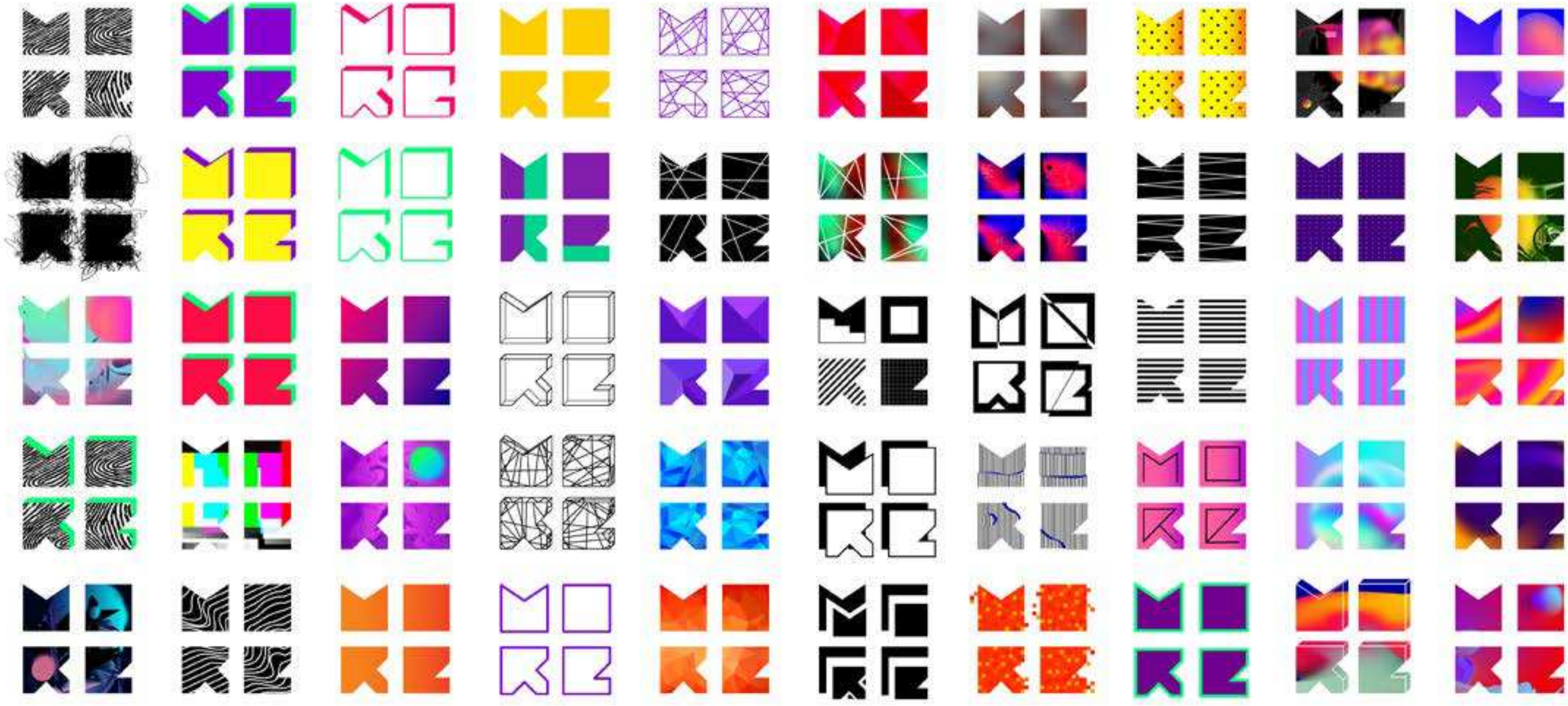
VARIAÇÕES

Com tantas mutações possíveis, nossa assinatura visual reflete a pluralidade de qualquer contexto. Por meio da capacidade de interação, a marca se torna específica para cada pessoa sem deixar de ser múltipla. Ou seja, se por um lado a More é particular e íntima, por outro, é justamente ao ser tão característica a cada individualidade que preserva sua heterogeneidade e pluralidade estruturais.

A versão preferencial parte da assinatura visual primária. Exemplificamos algumas de suas variações nesta versão, mas apenas com o símbolo tipográfico, sem interferir nas demais versões porque o que for aplicado neste símbolo é permitido que se estenda às outras assinaturas e/ou símbolos.

Assinatura visual completa ou apenas o símbolo e/ou apenas o logotipo, podem ser usados ou adaptados para serem aplicados sobre fundos branco, preto ou com grafismos. É indispensável que haja sempre o contraste necessário para boa visualização da marca. Apresentamos, nas páginas seguintes, algumas das variações desenvolvidas para exemplo.

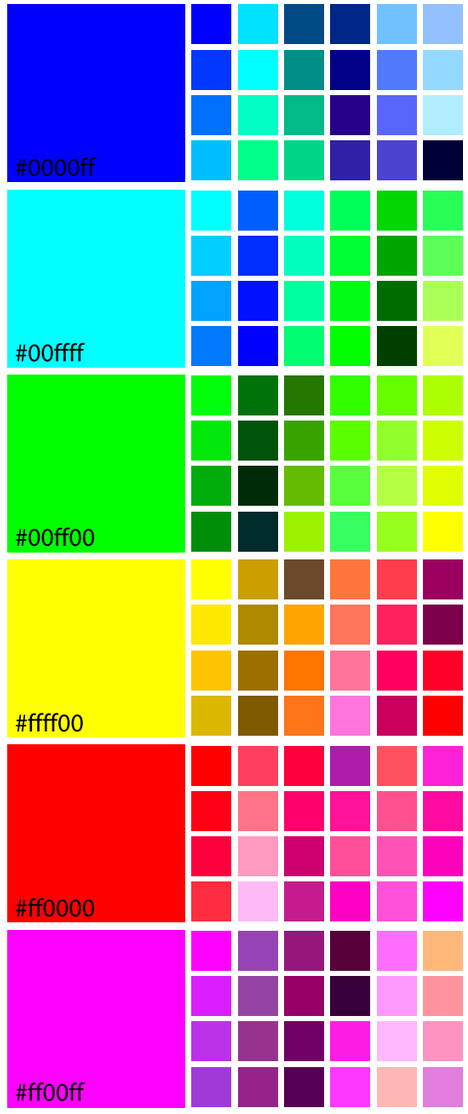


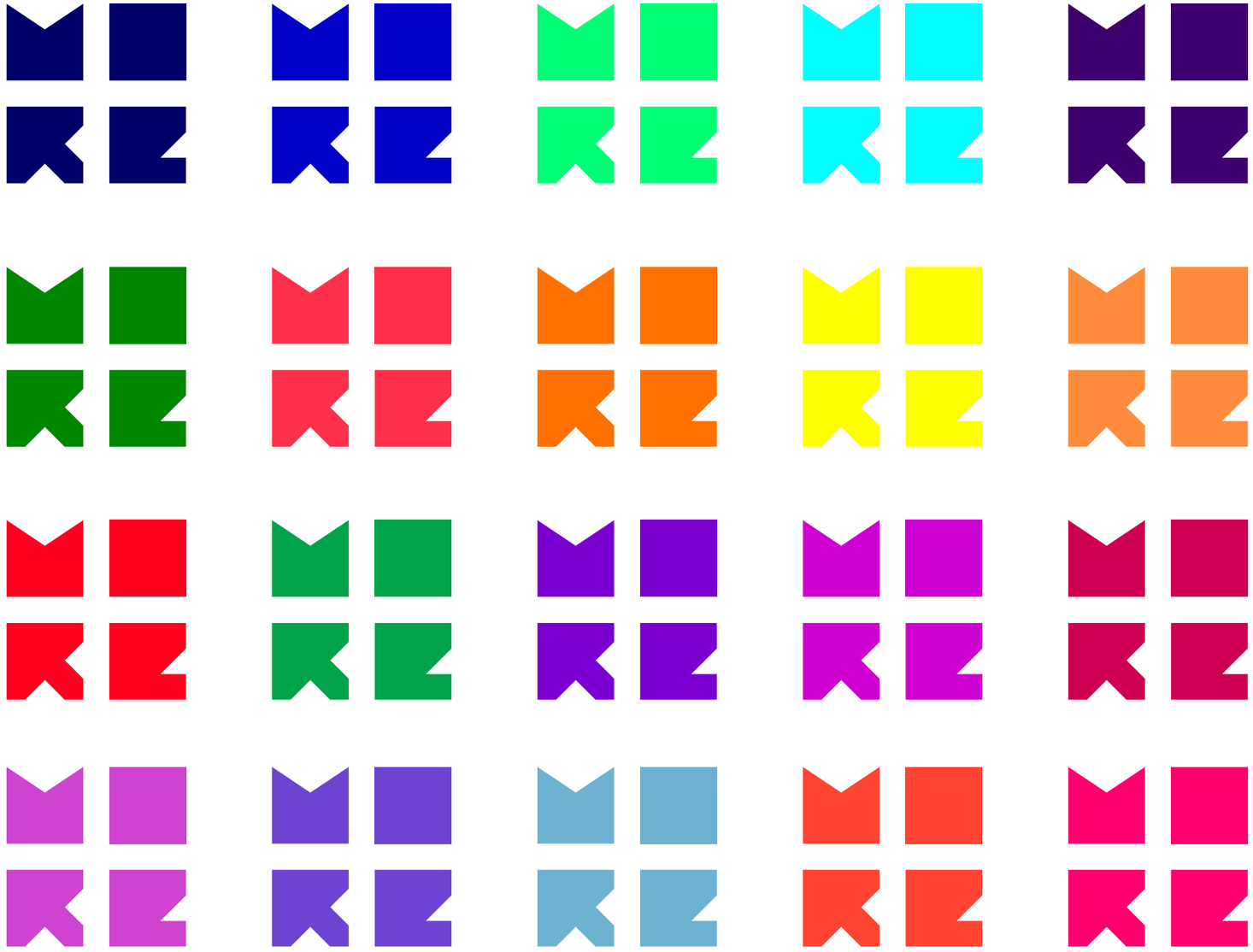


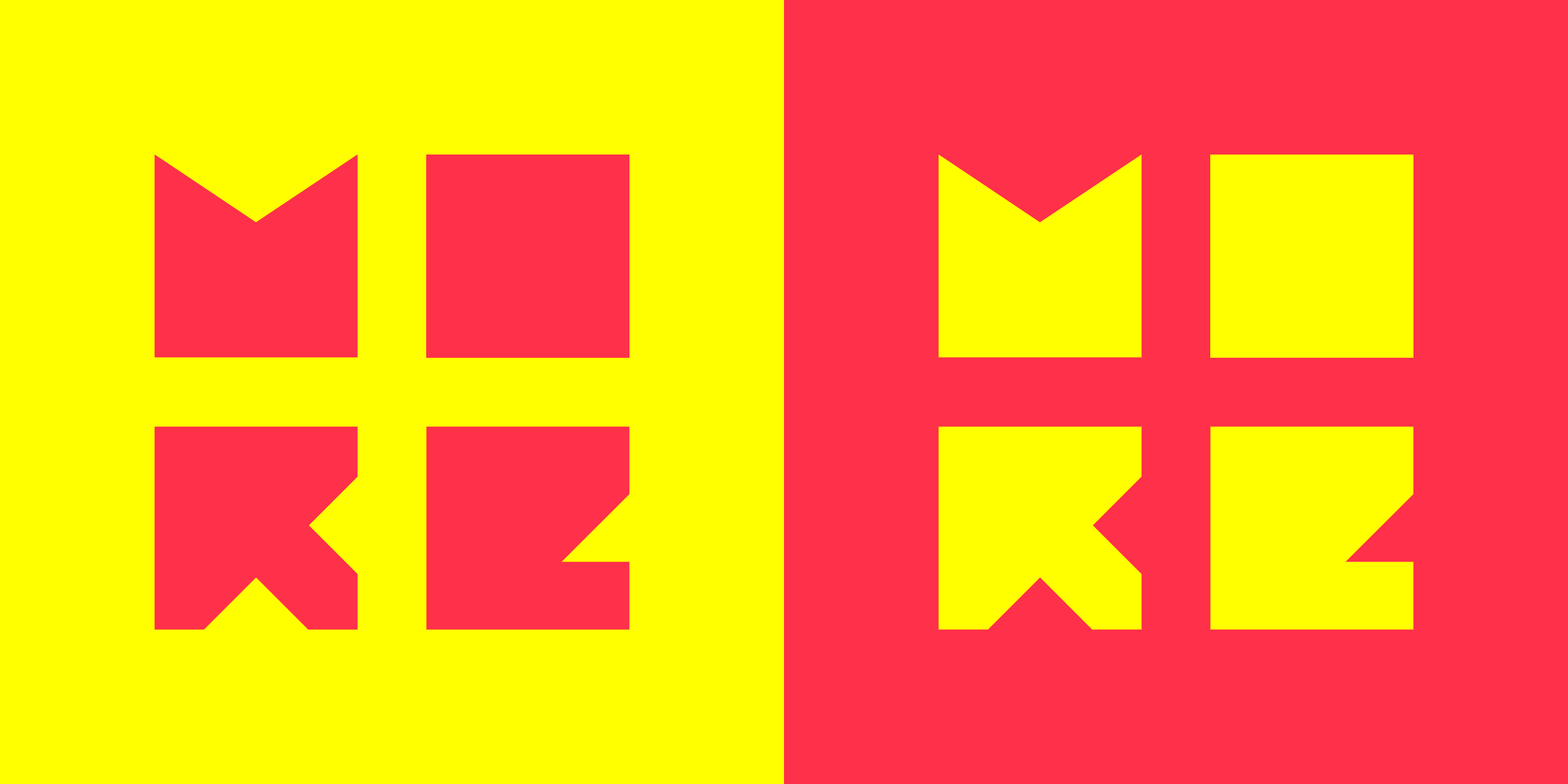


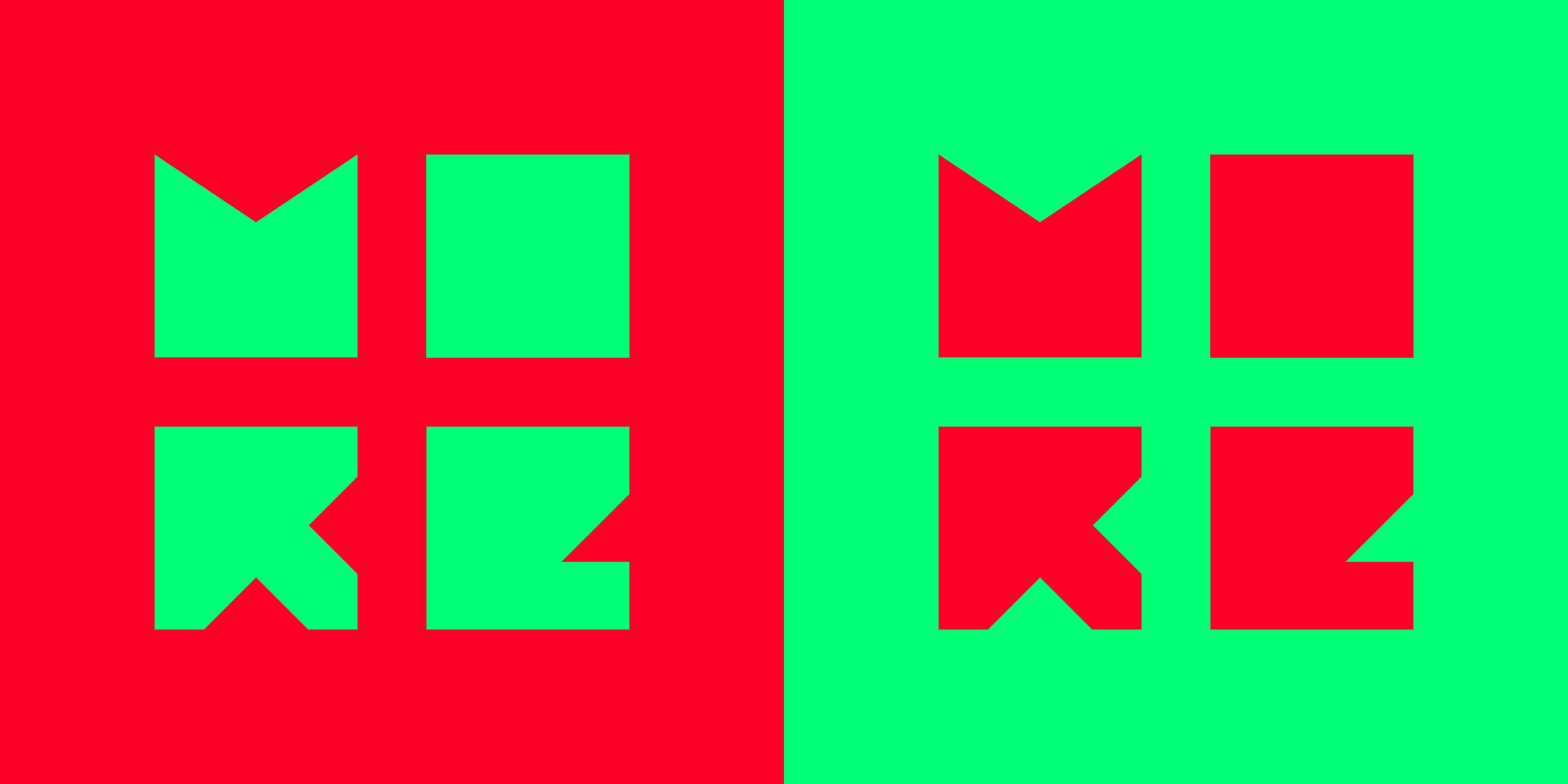


Este símbolo tipográfico pode ser trabalhado com uma infinidade de cores e gradientes. Lembramos, mais uma vez, que são indispensáveis o contraste agradável e a legibilidade entre símbolo e fundo. A seguir, as principais cores utilizadas para compor a More.



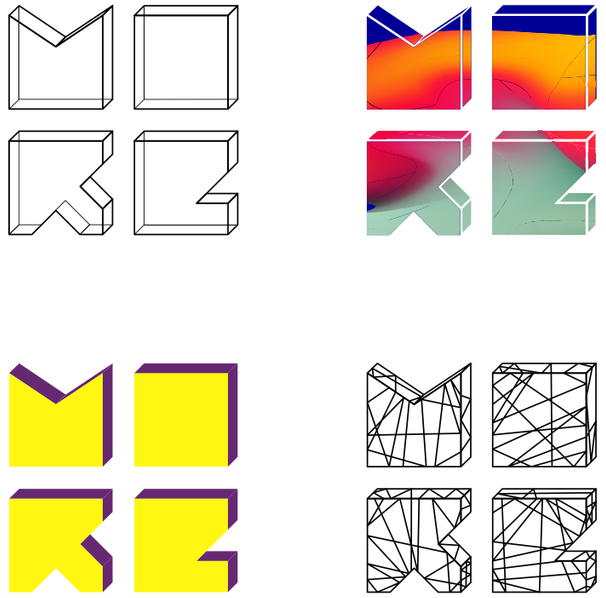








Ele também pode ser trabalhado em 3D. No entanto, somente a assinatura primária conta com essa opção. Todas as variações da versão primária apresentadas anteriormente na página 36, por exemplo, podem ser em 3D.





O símbolo também é livre para ser facetado com imagens ou aplicado sobre fundo imagético (p&b, colorida natural ou com filtros de cores), seja foto, seja vídeo. Em nenhuma hipótese é admissível abrir mão de um contrate agradável e uma legibilidade adequada.











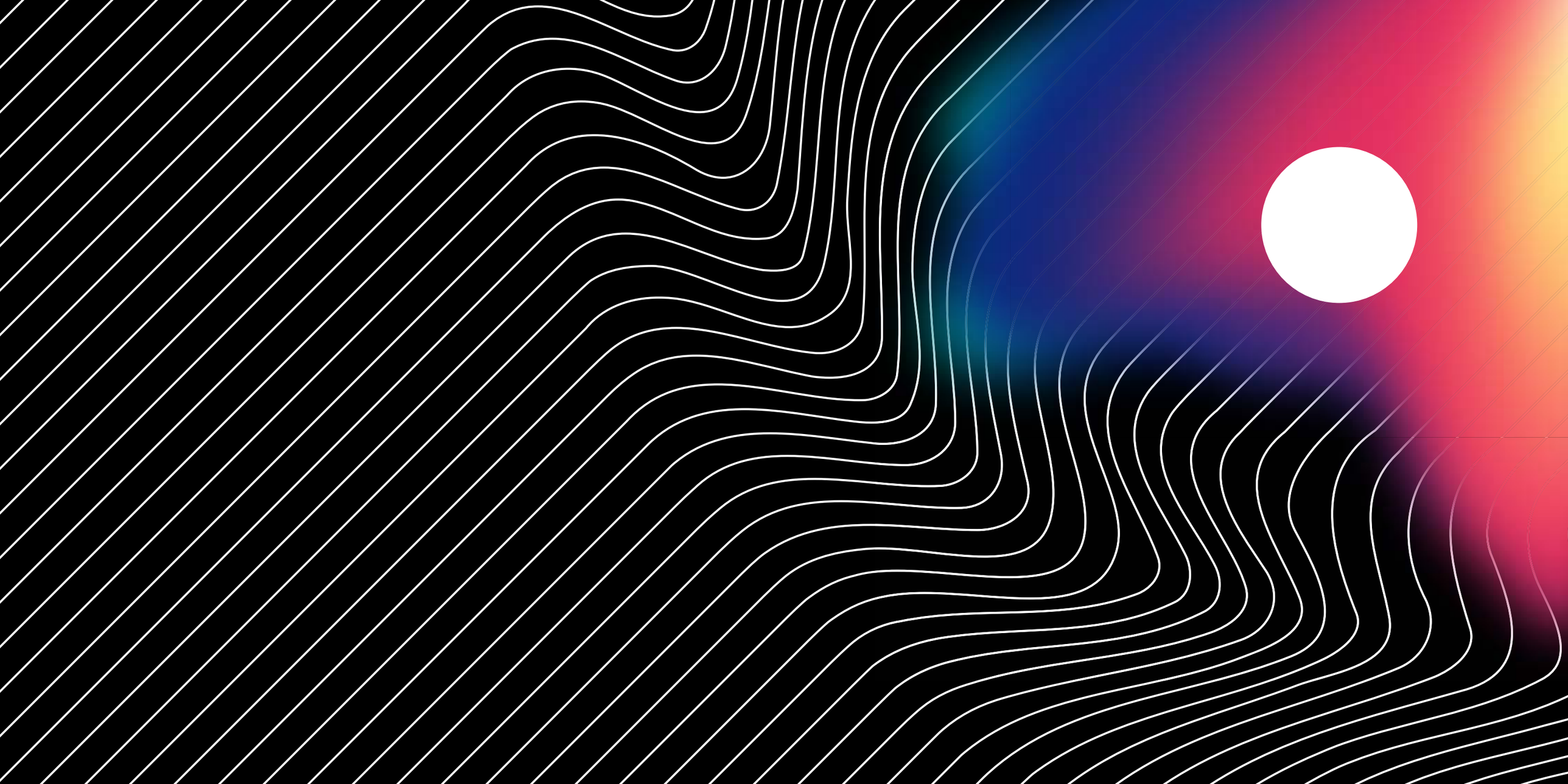






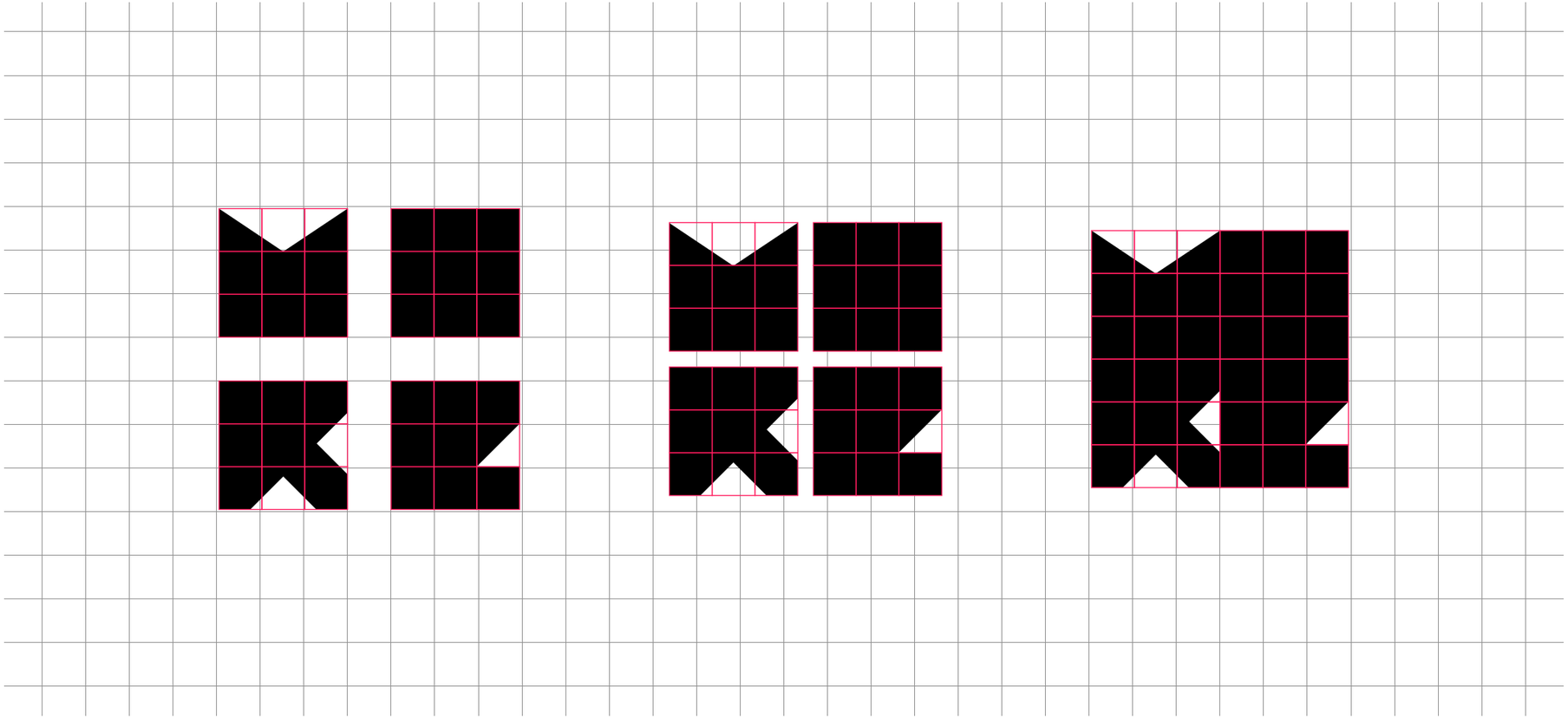
Além disso, este símbolo nos permite aplicá-lo de forma vazada em diversos tipos de mídias enquanto se apropria de características do meio no qual foi inserido.





PROPORÇÕES

A sua integridade deve ser mantida em todos os momentos. Jamais tente alterar as proporções padrão, redesenhar, esticar, apertar ou distorcer a marca de alguma forma.



ÁREA DE PROTEÇÃO

Para melhor legibilidade da marca, é necessário definir a área mínima de espaço livre. A zona tracejada ao redor da marca determina a área sobre a qual nenhum outro elemento gráfico, como texto, imagens ou outras marcas, pode avançar. A distância, indicada na marcação, representa a largura de 1/2 do módulo de qualquer letra do símbolo da “More”. A fórmula apontada aplica-se a todos os tamanhos de reprodução e versões da marca.



REDUÇÃO

Para facilitar o reconhecimento da marca e assegurar sua legibilidade, definimos um tamanho mínimo às diferentes versões.

Marca com preenchimentos

15mm



Marca com cores solidas

10mm



10mm



8mm



A: 8mm
L: 17,1mm



A: 3,5mm
L: 14,3mm

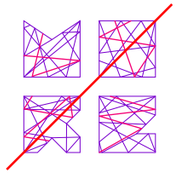


USOS INCORRETOS

Para manter a consistência em toda a aplicação de identidade é essencial que a marca nunca seja alterada de modo brusco ou que comprometa sua legibilidade. Aqui estão alguns exemplos do que NÃO fazer. Estas regras são aplicáveis a qualquer outra versão da marca.



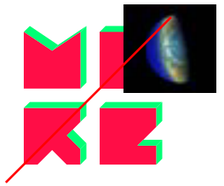
Não modifique o alinhamento.



É expressamente proibido acrescentar traços ou riscos que não fazem parte da composição.



Não sobreponha elementos que danifique o visual da composição.



Não sobreponha imagens.



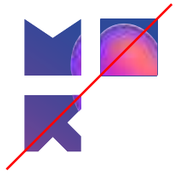
Não misture as faces do logotipo.



Nunca modifique a escala do logotipo causando destorção.



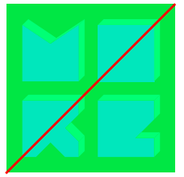
Não dificulte a legibilidade.



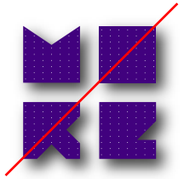
Não utilize o logotipo incompleto.



Não danifique o logotipo.



Proibido combinações de cores que não geram contrastes agradáveis.



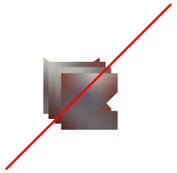
Não utilize sombra.



Não desfoque o logotipo.



Não altere a espessura do contorno.



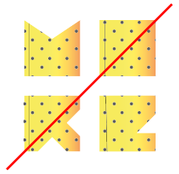
Não sobreponha as letras do logotipo.



É extremamente proibido a deformação brusca do logotipo.



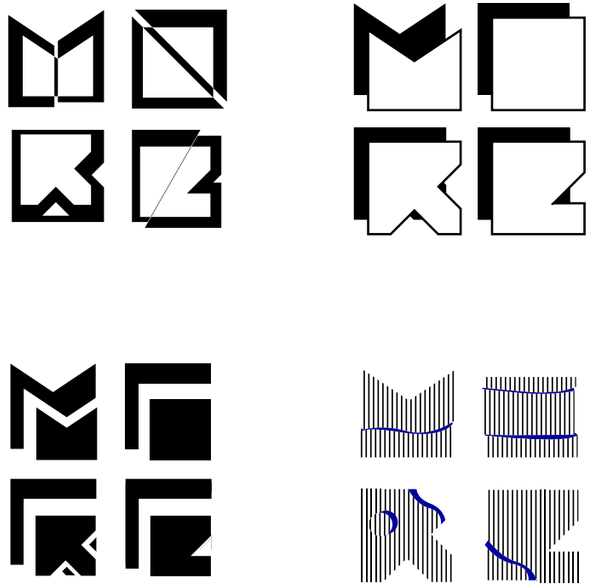
Não escreva em cima do logotipo.



Não utilize efeitos de sobreposição e não altere a opacidade do logotipo.

DISTORÇÃO DA FORMA

Após deixar claro o porquê e como não manipular a marca incorretamente, explicamos que é possível realizar distorções na forma que mantenham a legibilidade intacta. Elas só podem ser realizadas na versão primária da marca – exceto esticar a assintura sem distorcê-lo, que também pode ser aplicado na versão quinária.



ELEMENTOS BÁSICOS

O alinhamento das comunicações verbal e visual da nossa marca cria uma composição única que anuncia satisfatoriamente qual é o nosso propósito. Definimos tipografias padrão que compõem as peças gráficas.

TIPOGRAFIA DE TEXTOS

Roboto Regular tamanho 12 pt e Roboto Bold Condesed tamanho 14 pt foram as escolhidas para documentos no corpo de texto e para títulos, respectivamente. As demais informações contidas no documento, como contatos, slogan, peças publicitárias e divulgações são apresentadas por meio da família tipográfica Geomanist. Exceção para postagens com tom misterioso, às quais definimos Helvetica Black, usada somente para publicações em redes sociais e nunca em peças publicitárias.

ROBOTO REGULAR

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
“‘!@#$%¨&*()_+=[{}];.,:><\?/

ROBOTO BOLD CONDESED

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
“‘!@#$%¨&*()_+=[{}];.,:><\?/

GEOMANIST BLACK (MAIS USADA)

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
“‘!@#$%¨&*()_+=[{}];.,:><\?/

HELVETICA BLACK

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
“‘!@#$%¨&*()_+=[{}];.,:><\?/

Pontos de contato

Responsáveis por criar interação e gerar fidelização de clientes, eles representam a pluralidade e a multiplicidade da marca. Têm o objetivo de apresentar a assinatura visual, missão, visão e valores de forma clara e estratégica a fim de fixar a marca na mente dos nossos futuros parceiros. Mostraremos, nas próximas páginas, como se dá a construção de tais peças gráficas.

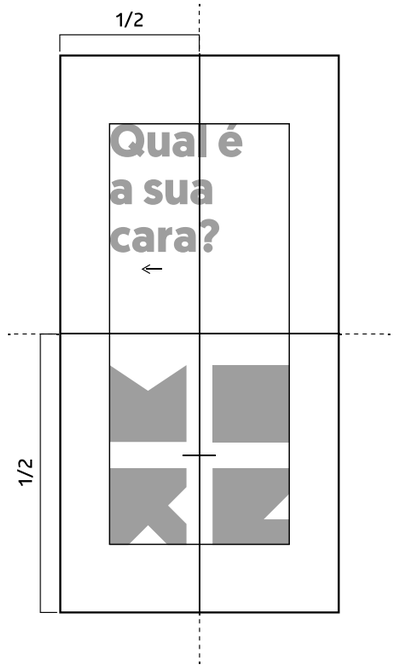
COMPOSIÇÃO DAS PEÇAS

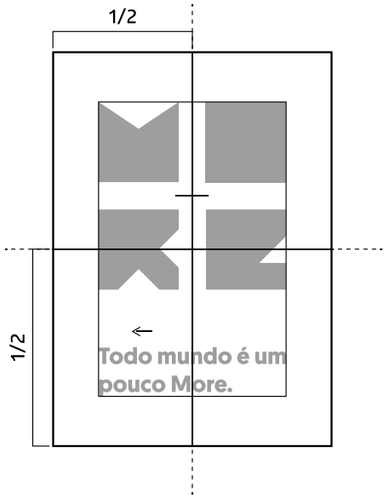
Os princípios básicos à construção das peças de pontos de contato são totalmente visuais e independentes dos tipos de suporte e escalas de medida. Futuramente, este detalhe facilitará o desenvolvimento ou adaptação de peças gráficas de divulgação. Quais as técnicas necessárias para reproduzi-las, mantendo a unidade visual entre elas e seus diversos formatos?

LAYOUT

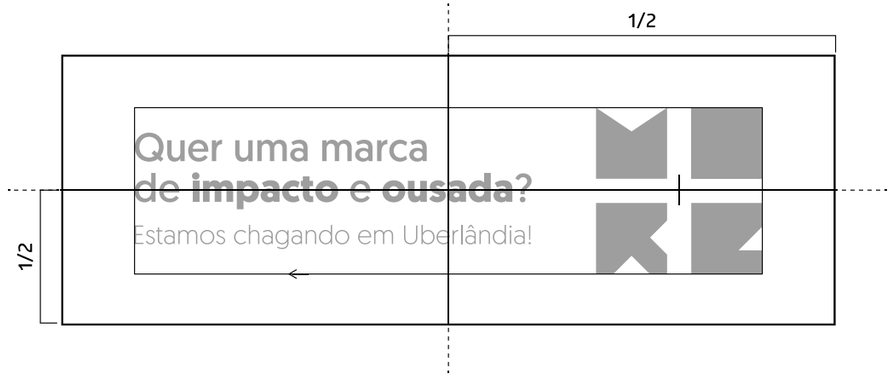
Para a construção das peças, o layout deve ser dividido em grids para facilitar a organização do conteúdo. Devemos nos preocupar em sempre manter a composição centralizada na página, considerando eixos horizontal e vertical. Geralmente, a peça é dividida em dois campos: texto e elementos gráficos. Os textos são alinhados à esquerda, enquanto o símbolo ocupa o lado direito. Isto no caso de o sentido da peça estar na horizontal. Se estiver na vertical, o símbolo pode aparecer no topo ou na parte inferior. Há casos que não necessariamente seguem esses padrões. É bom ter em mente que o elemento base a ser destacado é o símbolo tipográfico. Por isso, tem permissão para estar em qualquer lugar da peça, desde que a composição faça sentido e seja agradável.

VERTICAL





HORIZONTAL



PROIBIÇÕES

É importante manter a atenção para que o manuseio das tipografias e elementos não fiquem ilegíveis ou formem uma composição inadequada, subtraindo características da marca.



Não desalinhe o texto em relação ao símbolo.



Não utilizar itálico nos estilos tipograficos.



Não desalinhe a composição no layout.



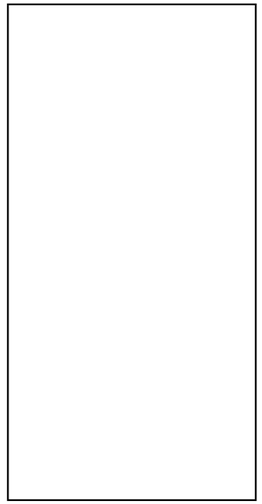
Não forçar o espaçamento entre as letras. Nem para condensar nem para esticar.



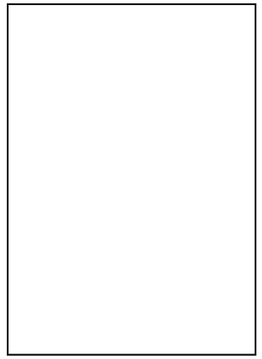
Não use outra família tipografica.

FORMATOS

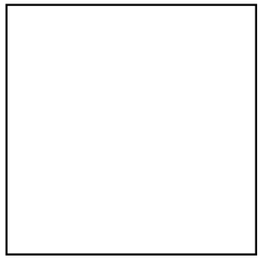
É importante, para desenvolver uma peça de comunicação, pensar o formato no qual a composição será desenvolvida. Os formatos utilizados neste caso estão descritos a seguir.



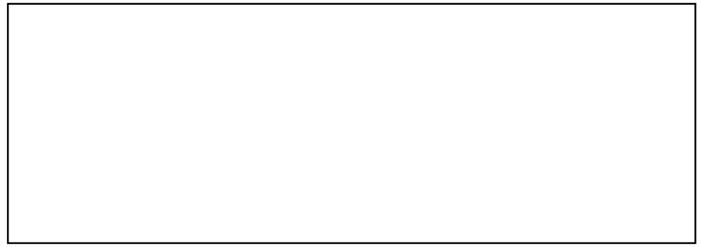
1x2
BANNERS



3x4
CARTAZES E IMPRESSOS



1x1
LIVROS E POSTS



9x3
OUTDOORS

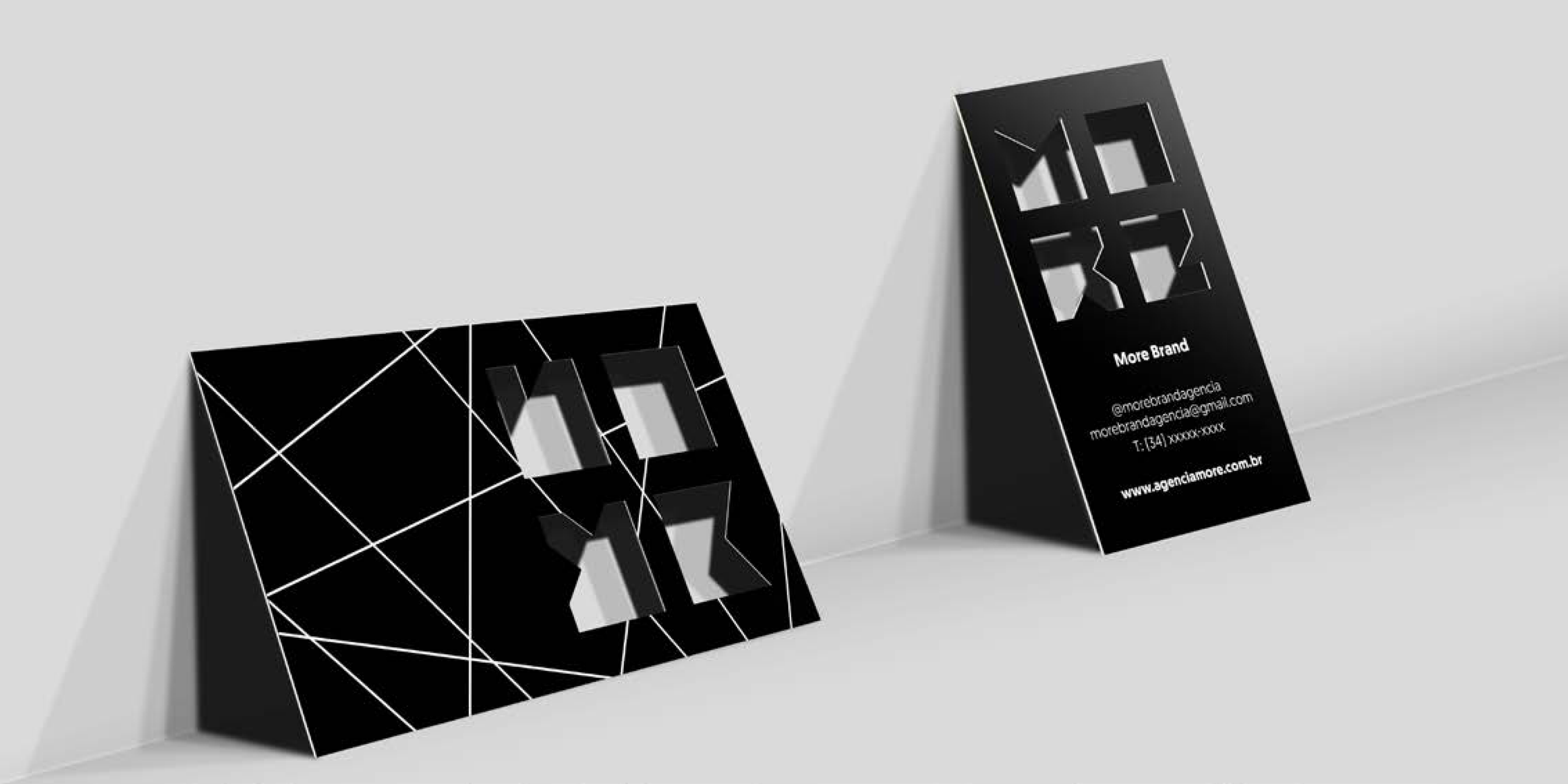
As peças

São todas as peças produzidas que compõem a identidade da marca. Algumas, de baixíssima complexidade e número de elementos, como chaveiros, bloco de notas, camisetas, entre outras que não exigem o uso do grid de aplicação da arte. Apresentaremos, também, peças gráficas de divulgação. Todas elas carregam a característica mais marcante da nossa marca: a pluralidade.

PAPELARIA

Nossa papelaria é composta pelo cartão de visita, que possui um corte especial, assim como as demais peças, papel timbrado e envelopes para manter a conexão ampla da marca.

CARTÃO DE VISITA


More Brand
@morebrandagencia
morebrandagencia@gmail.com
T.: (34) xxxxx-xxxx
www.agenciamore.com.br

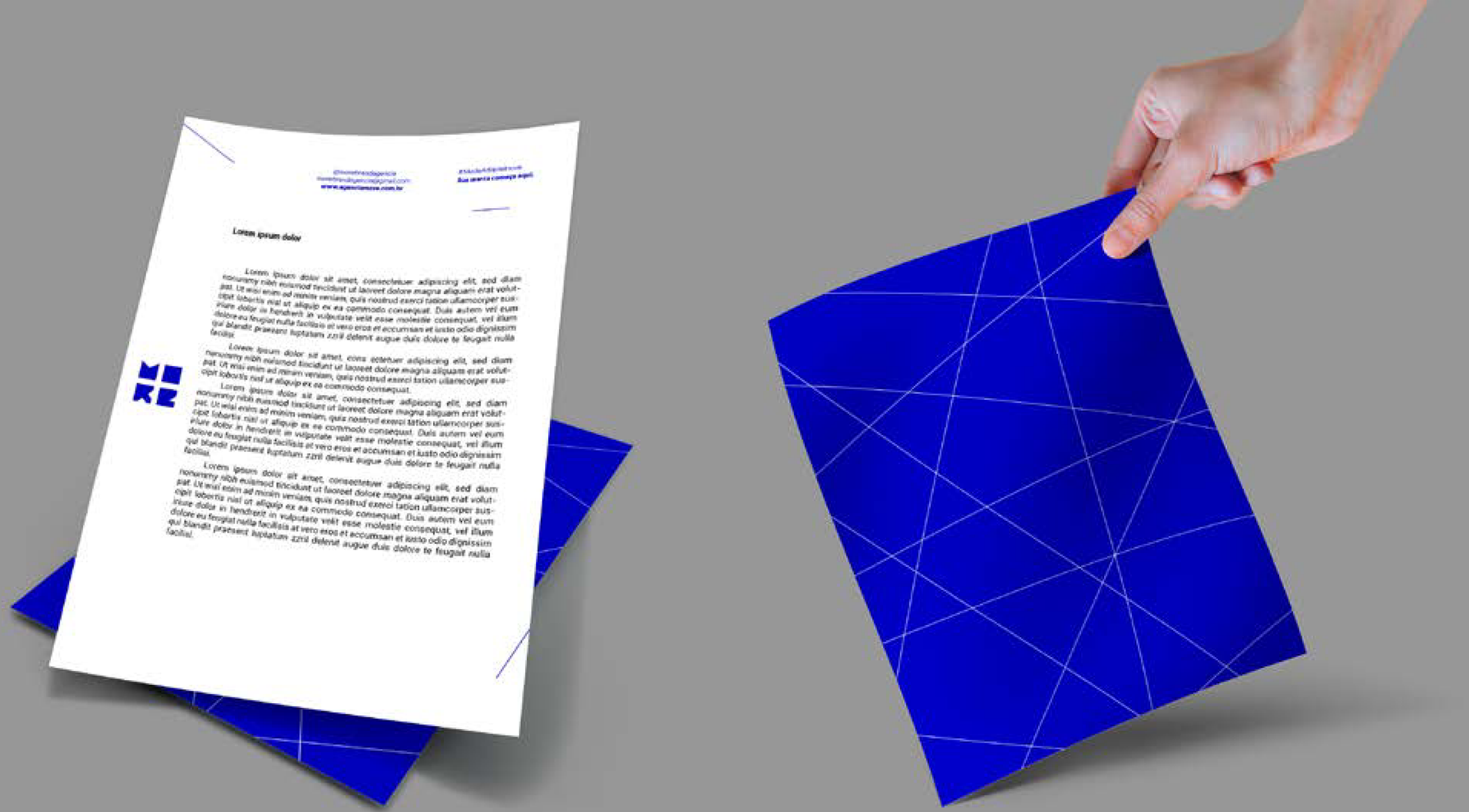

More Brand
@morebrandagencia
morebrandagencia@gmail.com
T: (34) xxxxx-xxxx


More Brand
@morebrandagencia
morebrandagencia@gmail.com
T: [34] xxxxx-xxxx
www.agenciamore.com.br


More Brand
@morebrandagencia
morebrandagencia@gmail.com
T: [34] xxxxx-xxxx

PAPEL TIMBRADO




Lorem ipsum dolor
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.


ENVELOPES SACO



BRINDES

De maneira geral, os brindes são peças de baixíssima complexidade, ilustrados com o símbolo aplicado, para maior destaque, no centro das peças.

BOTONS & CHAVEIROS



BLOCO DE NOTAS








CANETA





CANECAS





ECOBAGS











CAMISETAS






















PAPELARIA DA MARCA



DIVULGAÇÃO

Nosso material de divulgação é focado em mostrar sempre o símbolo da marca para mantê-lo fixo na cabeça das pessoas. Vale ressaltar que trata-se da inauguração, o momento inicial de divulgação. Trabalhamos com fundos neutros e os símbolos e logotipo em destaque. A interação com o ambiente, como um todo, prova simplicidade e capacidade de atrair as pessoas, o que permite a texturas, lugares, cores, formas e a pessoas que integrem nossa história, nossa identidade, contribuindo para que a More seja de fato singular e, ao mesmo tempo, múltipla.

CARTAZ LAMBE-LAMBE




morebrandagencia


Nevers
AMERIC
© morebeandagencia









Todo mundo é um pouco More.

CARTAZ “LAMBE-LAMBE” A1



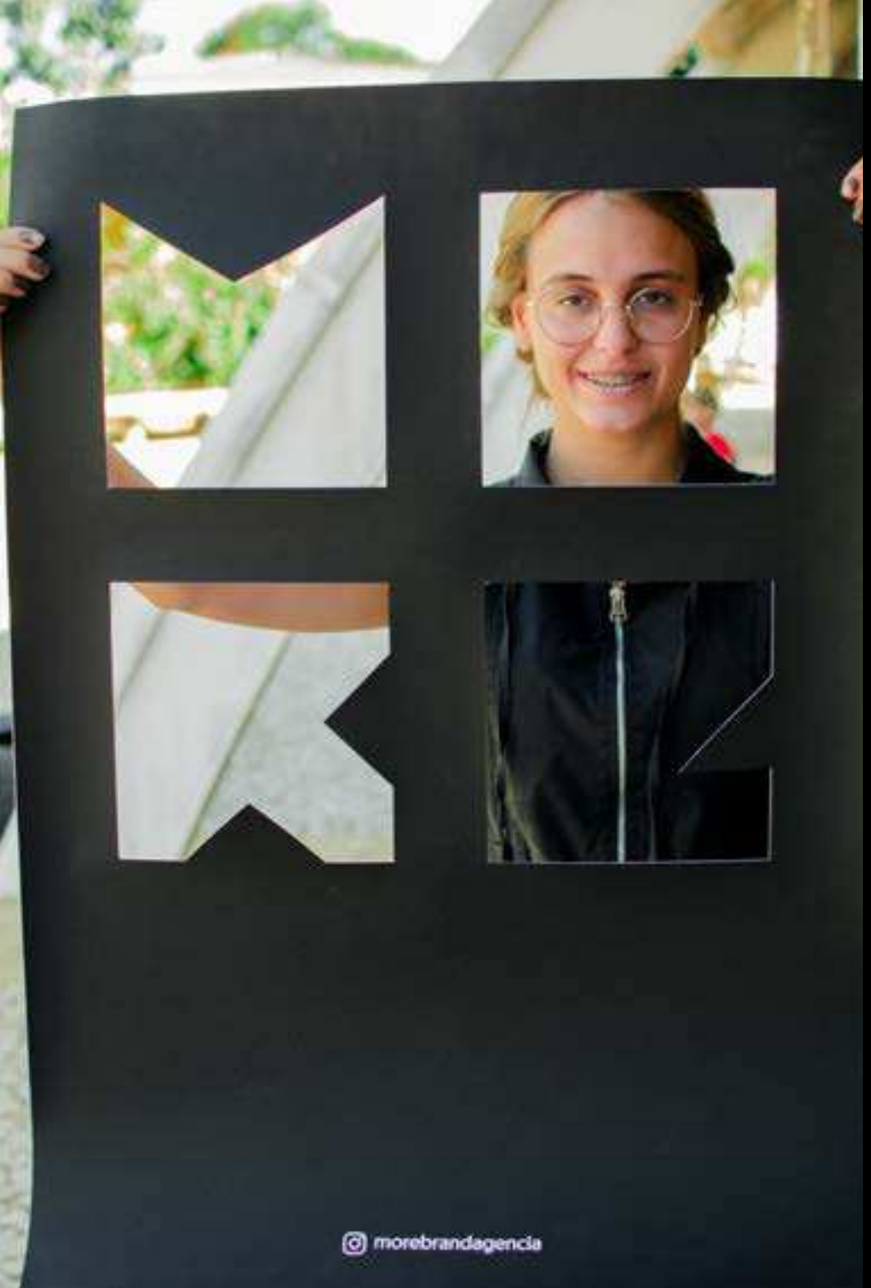



morebrandagencia


morebrandagencia


morebrandagencia


morebrandagencia


morebrandagencia


morebrandagencia


morebrandagencia

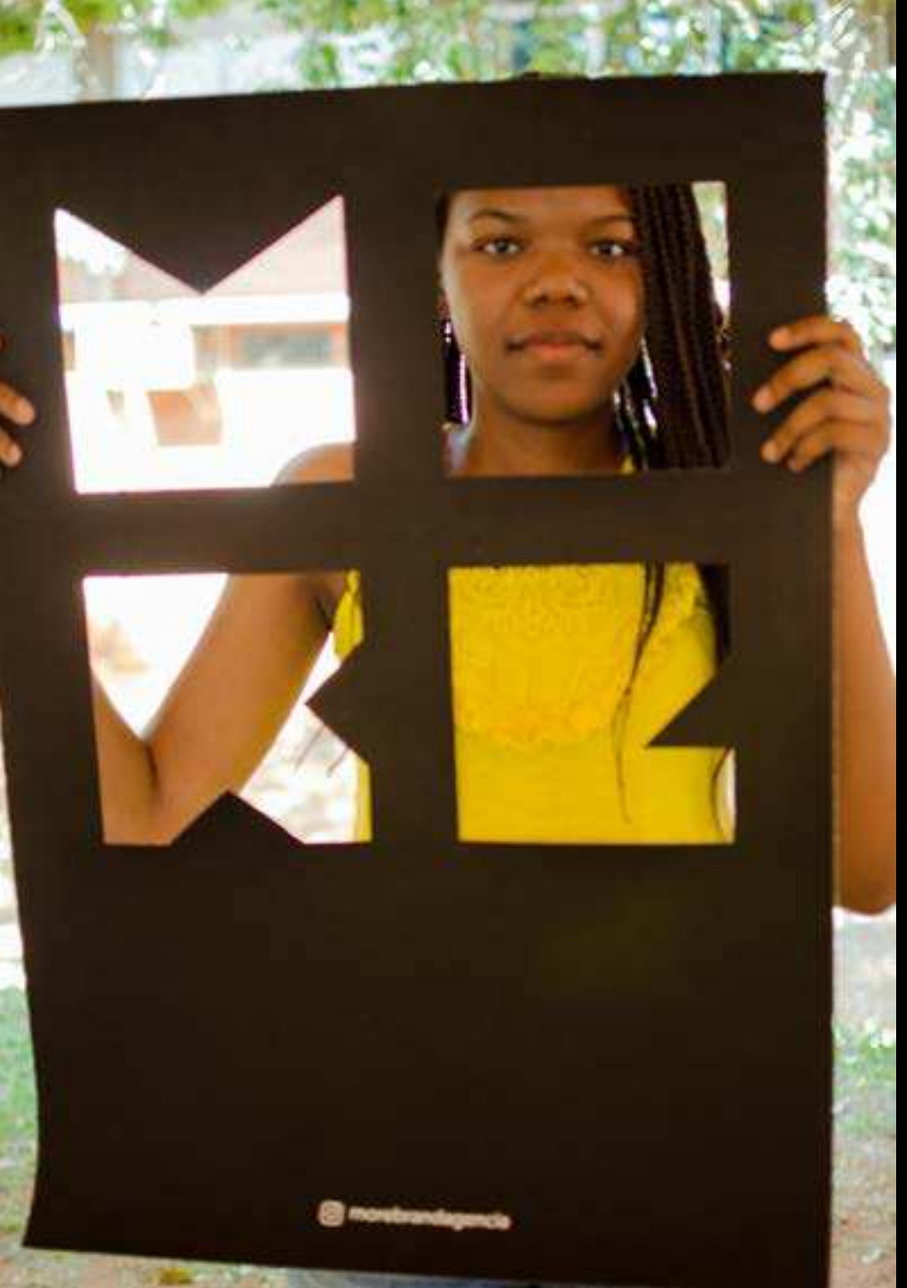

morebrandagencia


morebrandagencia


morebrandagencia

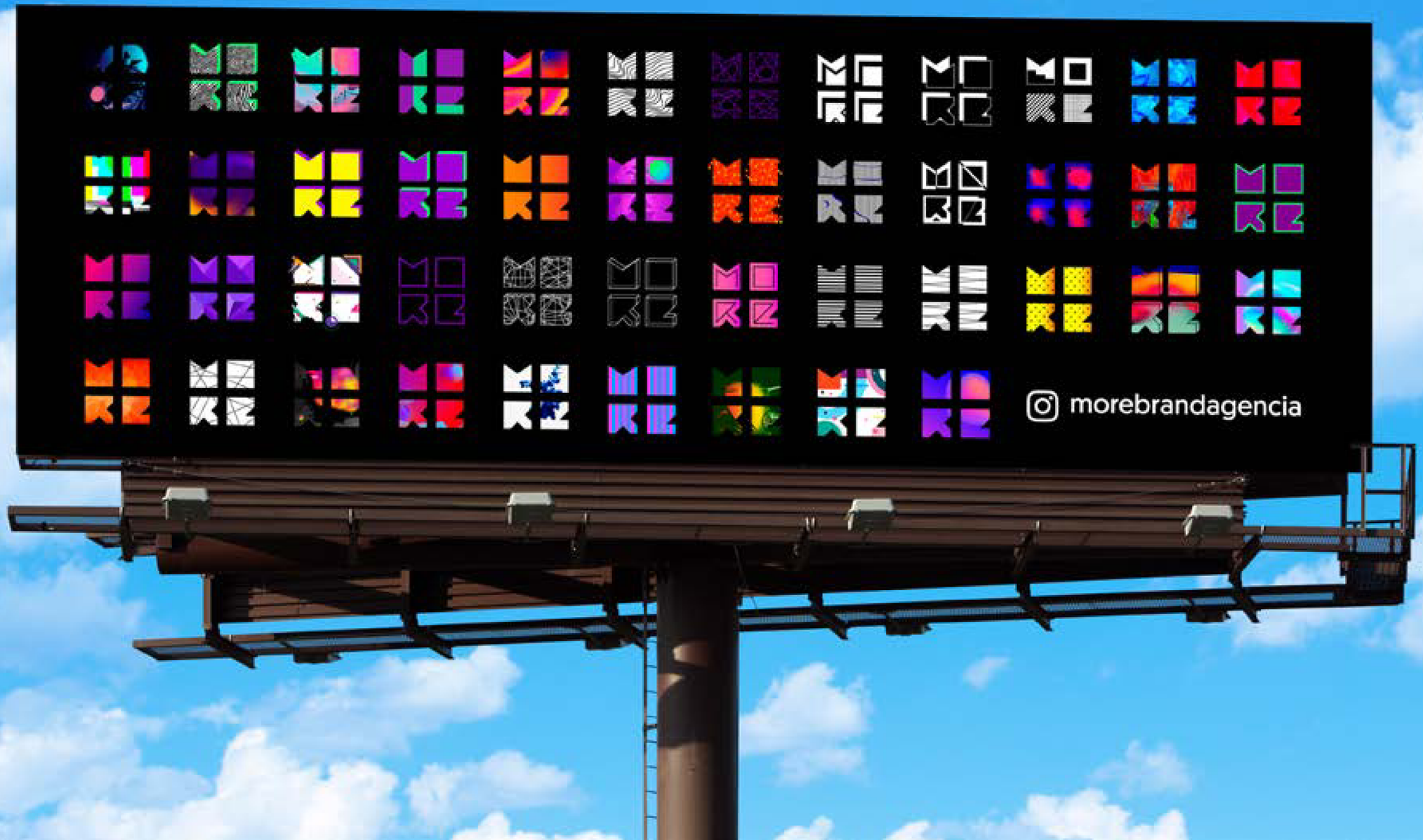

morebrandagencia


morebrandagencia


morebrandagencia


morebrandagencia

OUTDOORS


morebrandagencia


Sua carreira merece uma Universidade de verdade.
AGORA TEM
CURSO DE RECURSOS HUMANOS NA UNIUBE
Uniube
hot beach olímpia
é diferente! é a sua praia!
HOTBEACH.COM.BR | (17) 3279-1111
morebrandagencia


Quer uma marca
de impacto e ousada?
Estamos chegando em Uberlândia!
morebrandagencia


50%
Sua carreira merece uma Universidade de verdade.
AGORA TEM
CURSO DE RECURSOS HUMANOS NA UNIUBE
Uniube
hot beach olímpia
é diferente! é a sua praia!
HOTBEACH.COM.BR | (17) 3279-1111
Quer uma marca de impacto e ousada?
Estamos chegando em Uberlândia!
maxbrandagencia

CARTAZES EXPOSITORES


e projetamos negócios
s vamos construir marcas
calmente ousadas.
morebrandagencia
Mude. Adapte. Inove.
Sua marca começa aqui!
morebrandagencia
Somos vários e projetamos negócios
únicos. Juntos vamos construir marcas
líderes e radicalmente ousadas.
morebrandagencia

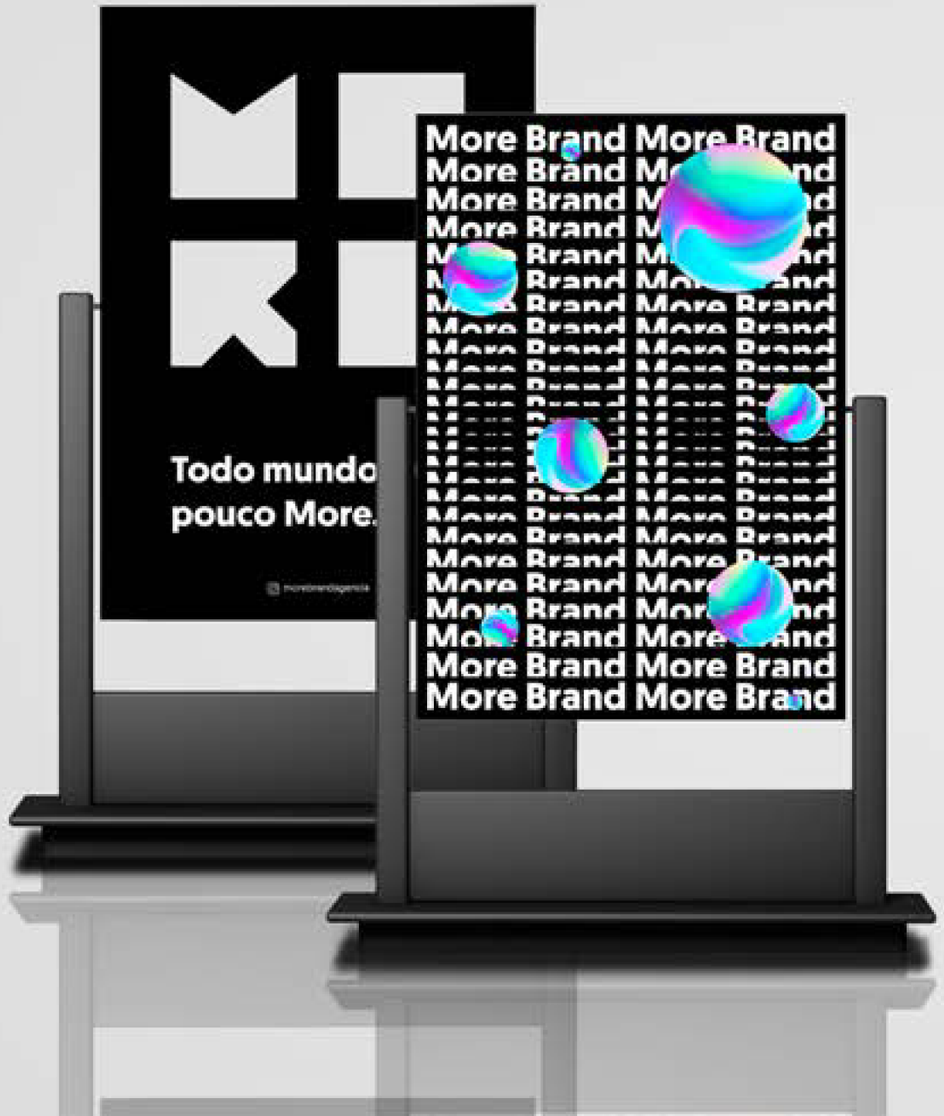

morebrandagencia
Mude. Adapte. Inove.
Sua marca começa aqui!
morebrandagencia
Somos vários e projetamos negócios
únicos. Juntos vamos construir marcas
líderes e radicalmente ousadas.
morebrandagencia
morebrandagencia
Mude. Adapte. Inove.
Sua marca começa aqui!


More Brand

CARTAZ “TOTEM” EXPOSITOR


Todo mundo é um
pouco More.
morebrandagencia


Todo mundo é um
pouco More.
morebrandagencia


Todo mundo
pouco More.
More Brand More Brand
More Brand More Brand
More Brand More Brand


Todo mundo é um
pouco More.
More Brand More Brand
More Brand More Brand
More Brand More Brand

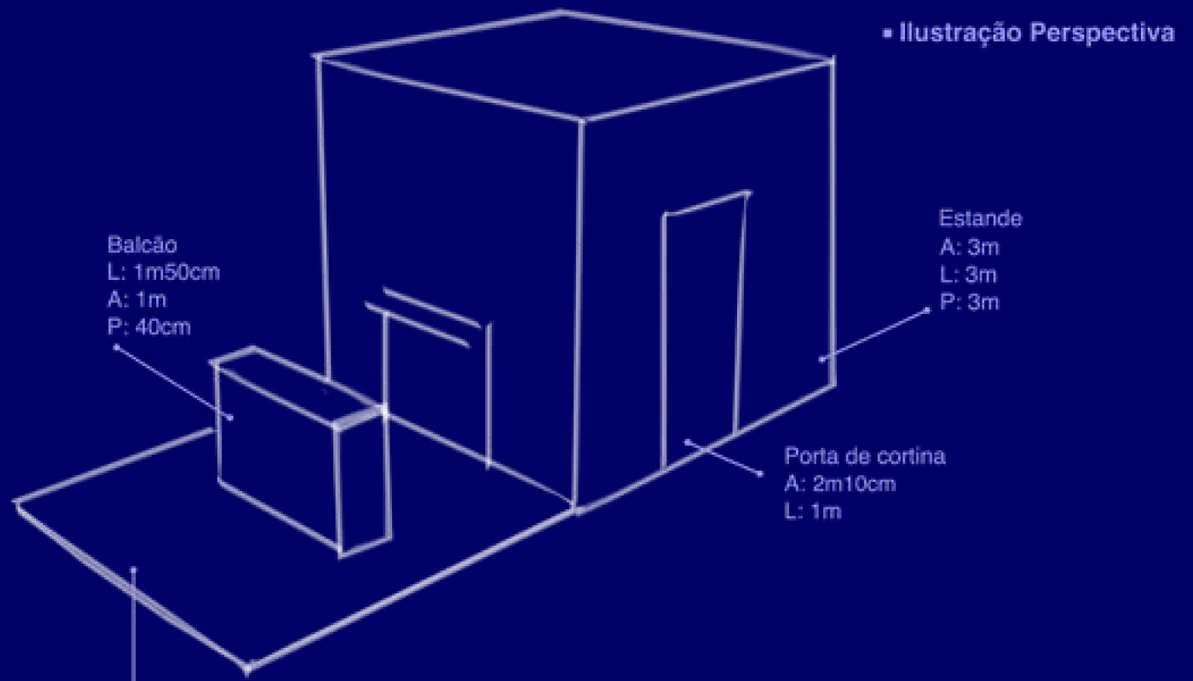
BANNERS EXPOSITORES


Qual é
a sua
cara?
Mude. Adapte. Inove.
Sua marca começa aqui!

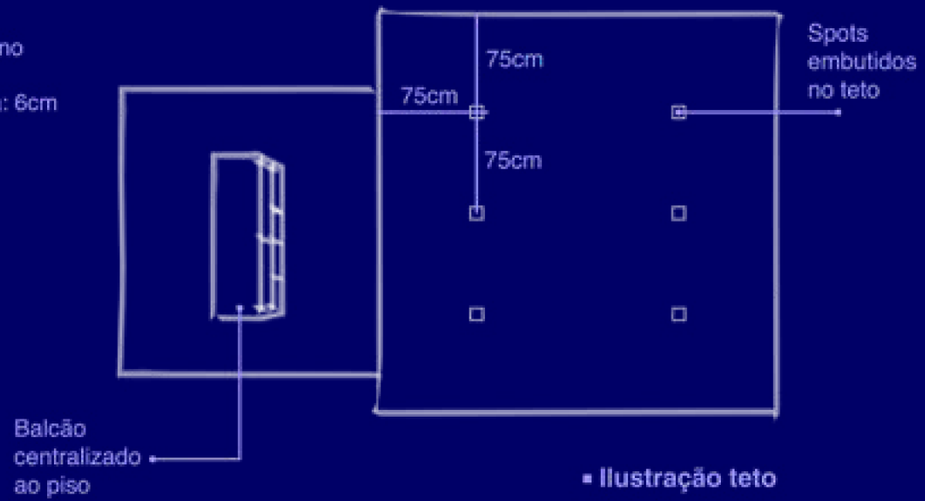
Estande

O estande foi desenvolvido para o lançamento da marca com a finalidade de gerar interação da marca com o público para que ele a conheça.

Inspirado na caixa preta e no mistério em torno de sua pluralidade, é formado por placas de madeira com laminação lacada fosca, externamente na cor preta, as paredes internas são adesivadas com papel branco e vários símbolos da More, sem preenchimento, para que as pessoas possam personalizá-los do jeito que quiserem. O teto também é laminado em branco com seis luminárias embutidas. O piso é de madeira revestido por adesivos do símbolo laminado. Suas dimensões totalizam 9m² com pé direito de 3m. A porta é tampada por uma cortina de plástico preto fosco. A parte externa conta com um balcão de atendimento que tem nichos para alocar os brindes e uma arara para as camisetas. Também na parte externa ficam os banners, na entrada do estande.



▪ Ilustração Perspectiva



▪ Ilustração teto


Mude. Adapte. Inove.
Sua marca começa aqui!
Qual é a sua cara?


Mude. Adapte. Inove.
Sua marca começa aqui!
Qual é
a sua
cara?


Mude. Adapte. Inove.
Sua marca começa aqui
Qual é a sua cara?


Mude. Adapte. Inove.
Sua marca começa aqui!


Mude. Adapte. Inove.
Sua marca começa aqui!
Qual é a sua cara?

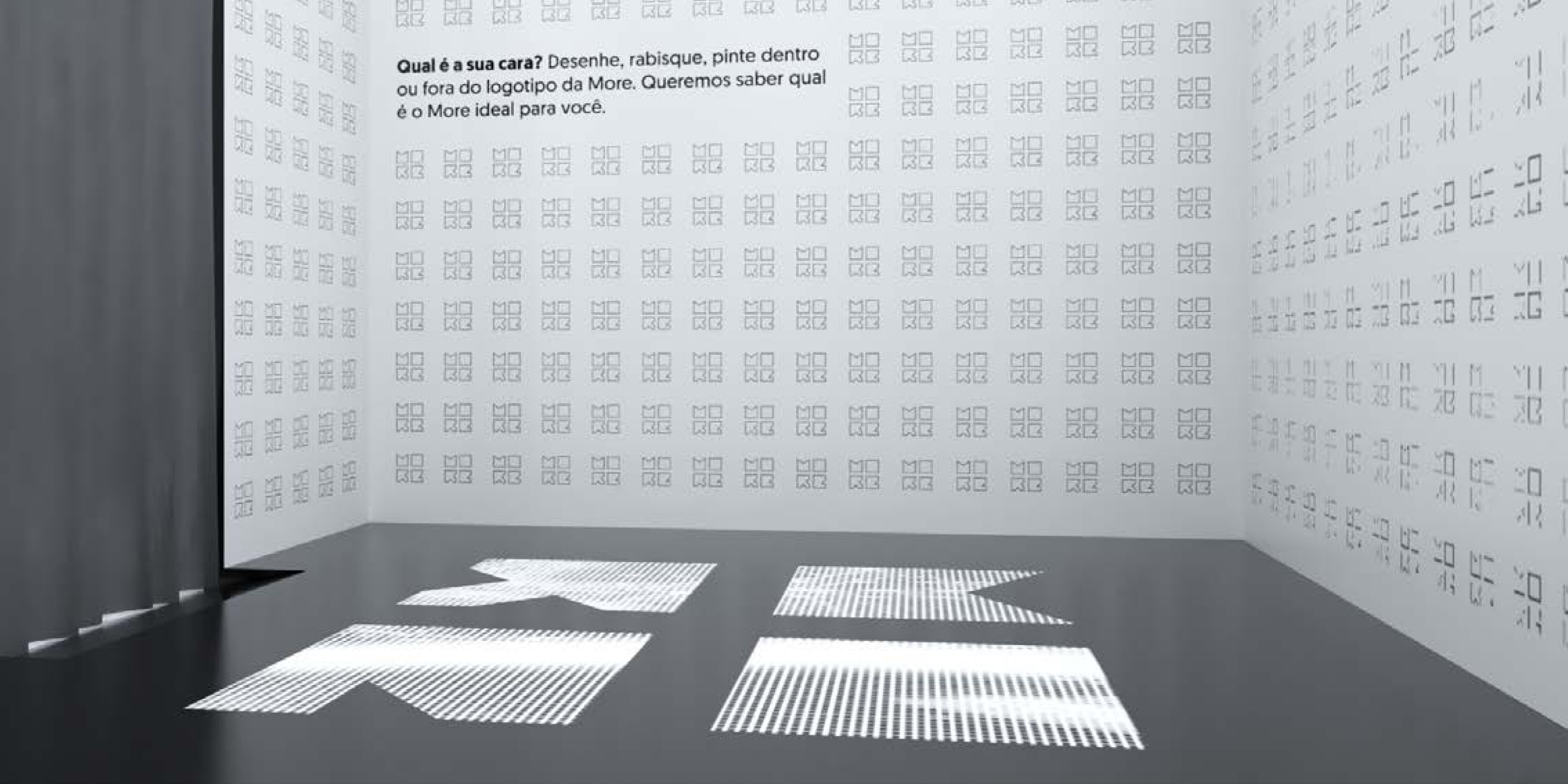



Mude. Adapte. Inove.
Sua marca começa aqui!
Qual é
a sua
cara?



Qual é a sua cara? Desenhe, rabisque, pinte dentro ou fora do logotipo da More. Queremos saber qual é o More ideal para você.

Qual é a sua cara? Desenhe, rabisque, pinte dentro ou fora do logotipo da More. Queremos saber qual é o More ideal para você.



Animação

Dinâmico, múltiplo e plural, nosso símbolo também reage aos sons de trilha sonora e aos movimentos exibidos em vídeos. Uma marca multimídia. Em vídeos, o movimento acontece no ritmo da trilha. O símbolo se apresenta apenas movendo-se, caminhando do primário para o secundário e encerrando no terciário. Outra versão do vídeo, a versão original, é feita pelo símbolo quaternário e quinário. A movimentação passa do quaternário para o quinário e este último tem distorções na escala da forma no sentido horizontal no ritmo do áudio.

Esta mídia foi desenvolvida por meio de elementos orgânicos, de teor experimental, para demonstrar que nossa marca também constrói o meio e está sempre se adaptando às condições externas. Observamos que é possível, porém, executar a aplicação em qualquer tipo de vídeo, não só nos de caráter experimental.

Regras gerais para utilização em vídeo:

- É o símbolo que se adapta ao vídeo/som – e não o inverso;
- Se fizer parte da composição, ele deve sempre ser apresentado no centro do vídeo;
- Em caso de somente assinatura inicial ou final, também deve aparecer centralizado;
- Distorções do símbolo apenas podem ocorrer respeitando-se a escala, sem que a forma reconhecível seja prejudicada;
- Comprometimento sistemático com a legibilidade do todo.

SEQUÊNCIA 01 DE ANIMAÇÃO EM VÍDEO

LINHA DO TEMPO

0s 2s 5s 7s 9s 10s



A animação se inicia no símbolo terciário. Nesse momento, a música e os movimentos da composição do vídeo estão começando.



Conforme a musica e os movimentos do vídeo vão ganhando agilidade o símbolo vai passando de versão em versão. Neste momento, encontra-se no primário.



Devem-se atentar para o que chama mais atenção no vídeo. Neste caso seria a música. Então o símbolo vai mudar de versão em versão de acordo com a trilha sonora, mas não descartando os movimentos das imagens.







Está versão secundária aparece quando o som é mais brusco e curto.

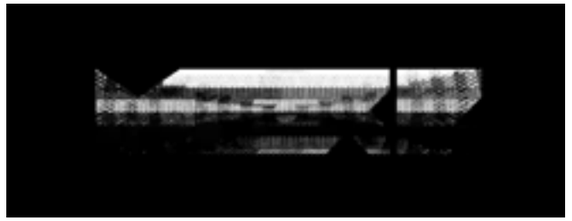
SEQUÊNCIA 02 DE ANIMAÇÃO EM VÍDEO

LINHA DO TEMPO

0s 2s 10s



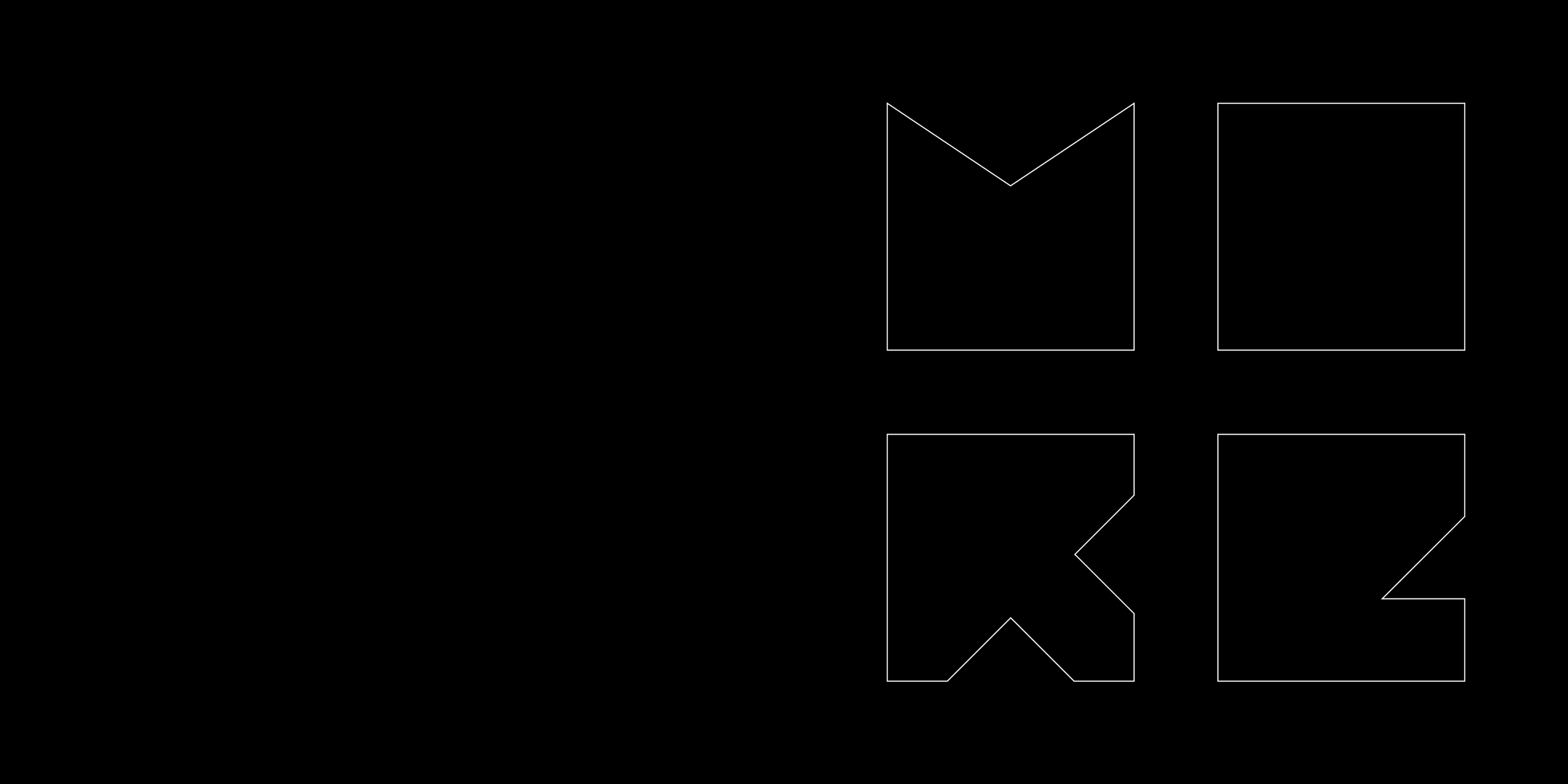
Está versão do símbolo é trabalhada na mesma musica e imagens que na sequência 01. Neste caso, a animação se inicia no símbolo quinário.



Diferente da sequência 01, o símbolo quinário passa por distorções que são permitidas em sua forma, atravez das alteração em sua escala. Esse movimento sânfonado acontece de acordo com a trilha sonora e também com o movimento das imagens.



Assim como na sequencia 01, o símbolo quinário muda para o símbolo quaternário na mudança brusca e curta do som.





More Brand

O presente livro da marca é uma consulta obrigatória à reprodução da nossa identidade. Em caso de dúvidas, entre em contato pelo e-mail morebrandagencia@gmail.com. Porque juntos, somos MORE.

Nossa pluralidade nos torna únicos

