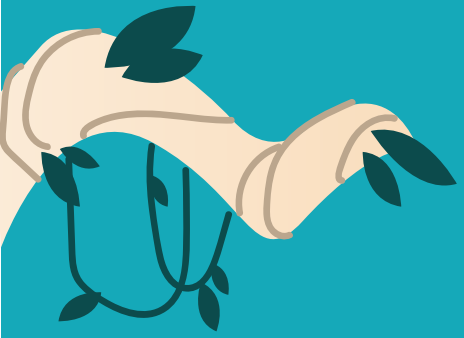


MANUAL DE IDENTIDADE

MOTIRÕ

Arte e comunicação





Olá
Somos Motirõ





Neste manual, falaremos sobre a maneira ideal de usar nossa marca visualmente. As instruções devem ser seguidas para que nossa identidade seja representada da forma correta.

SUMÁRIO

1 LOGOTIPO

2 ISOTIPO

3 IMAGOTIPO

4 TIPOGRAFIA DA AGÊNCIA

5 TIPOGRAFIA DO SUBTÍTULO

VERSÃO MONOCROMÁTICA 6

PALETA DE CORES 7

ÁREA DE PROTEÇÃO E AREJAMENTO 9

8 USOS INDEVIDOS

APLICAÇÕES 10

LOGOTIPO

O nome Motirõ é oriundo do tupi-guarani, significando "a união de pessoas, objetivando construir algo juntos". No vocabulário brasileiro, a palavra "mutirão" vem de "mõtiro", que tem o mesmo significado.

motirõ
Arte e comunicação

Para nós, a união e o trabalho em equipe são essenciais para desenvolver projetos. Comunicação é a interação entre a agência de publicidade e a marca. Enquanto Arte se refere aos processos criativos entre a agência e cliente, sendo isto o que a agência Motirõ se destaca: a presença de artistas em todos os departamentos da agência.

ISOTIPO

Como nosso mascote, escolhemos um animal nativo brasileiro, o mico-leão-dourado. No espiritismo, o mico-leão-dourado simboliza comunicação, bom humor, alegria, agilidade, amizade, empatia, amor e cumplicidade. A pelagem de sua juba é laranja, e por conta disso, as cores do mascote são quentes, contrastando com o fundo ciano na logo. Essas variações de laranja são cores muito populares na cultura tupi-guarani, das quais significam positividade, força e sociabilidade, de acordo com a teoria das cores.



IMAGOTIPO



Motirõ
Arte e comunicação

A fauna e a nação brasileira estão sendo representadas através de vários elementos em nossa identidade, especialmente os povos originários tupi-guarani. Motirõ é uma agência que alinha arte e a comunicação, visando conectar as marcas aos seus consumidores de maneira criativa e inovadora.

TIPOGRAFIA DO NOME DA AGÊNCIA

A tipografia traz leitura e chama atenção por conta de seu formato quadrado em conjunto de suas extremidades arredondadas, trazendo versatilidade. Baseada em uma família tipográfica feita nos anos 1970, é uma fonte marcante e casa com com isotipo. Voltou a se popularizar entre os anos 2000, seguindo o padrão de tipografias de jogos popularizados nessa época, sendo assim, é uma
uma fonte nostálgica.



A curva da letra representa o tronco no qual o macaco está apoiado, da mesma forma que a interligação do M apoia o restante do logotipo e sugere uma conexão entre a agência com a comunicação e a arte.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

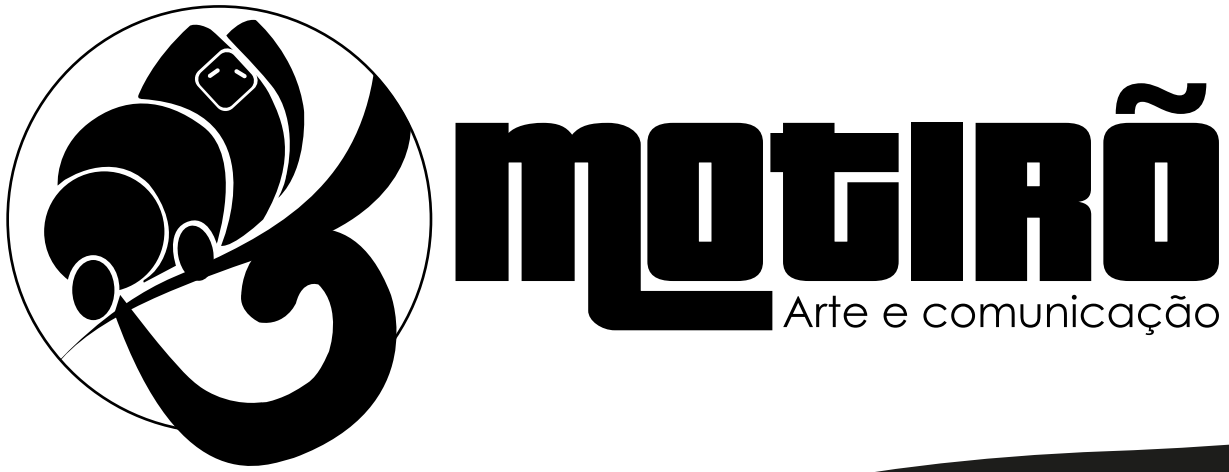
TIPOGRAFIA DO SUBTÍTULO

Escolhemos a century gothic pois ela traz leveza, modernidade e e elegância, além de apresentar círculos e retas perfeitos. Casa com a Pricedown sem roubar a atenção, além de ser sem serifa, ou seja, não é formal demais, funcionando como uma tipografia secundária.

Aa Bb Cc Dd
Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz

VERSÃO MONOCROMÁTICA

Quando não for possível usar a versão colorida, o imagotipo ficará monocromático e essa será a versão utilizada.





#B04F42	conforto, segurança e simplicidade
#EE7546	alegria, vitalidade e prosperidade
#F9DDBC	criatividade
#F4A167	clássico, calmo e passivo
#EE7546	paz e tranquilidade
#B04F42	sossego e frescor

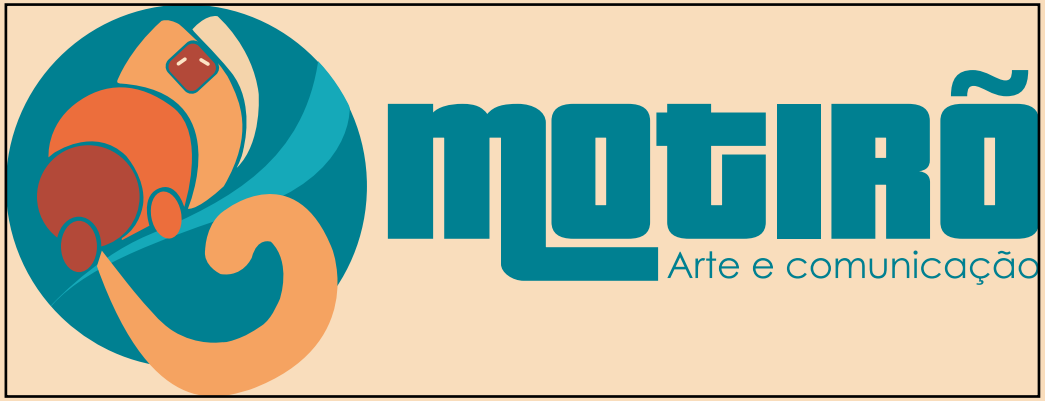
PALETA DE CORES

Além do simbolismo por trás da escolha do nome, mascote e até das cores, temos vários elementos que remetem aos biomas brasileiros e aspectos pelos quais o Brasil é representado. As cores lembram o clima tropical.

Os tons de vermelho/marrom fazem referência a terra vermelha; Laranja lembra o Sol; Amarelo claro remete a areia das populares praias brasileiras; Azul recorda a água.

ÁREA DE PROTEÇÃO E AREJAMENTO

É necessário respeitar a área em volta do imagotipo e deixá-lo livre de qualquer elemento visual, para que assim, seja possível aumentar a sua visibilidade. A proporção do arejamento da agência utilizando metade da letra "I" de Motirõ.



= 50%

área de arejamento

área de proteção

USOS INDEVIDOS

trocar as cores



distorção



alteração da tipografia



mudar as posições



O imagotipo não deve sofrer alterações. Como por exemplo, distorções, modificações das cores e tipografia ou mudança de posições.

APLICAÇÕES


janeiro
D S T Q Q S S
01 02 03 04 05 06 07
08 09 10 11 12 13 14
15 16 17 18 19 20 21
22 23 24 25 26 27 28
29 30 31


MOTIRÕ
Arte e comunicação
11 12345-6789
@agirisciamotirô
Motirô Arte e Comunicação


MOTIRÕ
Arte e comunicação