MEVER

Capítulo 01 — Introdução

A marca que *não passa* despercebida.

Diretrizes de identidade visual, verbal e de aplicação. Feito para quem *dita o magazine* — não para quem o segue.

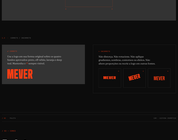
01	2026	MEVER

A identidade, dita sem rodeios.

Um manual de identidade visual criado para a marca de moda MEVER. Cada decisão aqui é intencional — de peso de logo a tipografia, passando por cores, grid e princípios de aplicação.

Logo.

O coração da MEVER é a assinatura visual principal da marca. Construída sobre uma wordmark sem-serif pura bastar, cria a estrutura de singular como *marca-d'água* de produtos. Um rectângulo se separa e engrossa — nasce mesmo.



Wordmark — Tipografia

Construção — Grid e proporções

Capítulo 02 — Cores

Paleta.

Quatro cores. Uma neutra. O laranja *profundo* aparece *pouco*, e só onde *importa*. Cada uma tem função definida. Sem exceções e decorativas.

Capítulo 03 — Tipografia

Capítulo 04 — Grid e Espaçamento

Capítulo 05 — Componentes

Capítulo 06 — Tipografia

Tipografia.

Três famílias. Cada uma tem função específica. Nenhuma substitui a outra. Se a sua estiver, habitar completa a colher da manutenção MEVER.

Barlow Condensed — Display / Headline

A marca que *não passa* despercebida.

Barlow Condensed — Display / Headline

Weight	900 Black
Tracking	-0.02 em
Line-height	0.90
Uso	Títulos, chamadas e dados em destaque
Exemplo	Coleção Verão

Geist — Corpo / Interface

Estratégia, produção, performance.

Geist — Corpo / Interface

Weight	300 · 400 · 500 · 600 · 700
Line-height	1.50
Uso	Corpo de texto, parágrafos, legendas, descrições
Exemplo	Corpo de texto. Legenda.

Jetbrains Mono — Dados / Metadata

/ 02 · MÉTODO · DIFERENCIAL

Jetbrains Mono — Dados / Metadata

Weight	400 · 500
Tracking	0.05 em
Line-height	1.60
Uso	Números, IDs, metadados, unidades de medida, labels, exemplos
Exemplo	Coleção Verão. Legenda.

Capítulo 07 — Tom de Voz

MEVER

Marca que não passa

Estratégia. Produção.

Feito para quem dita a imagem.

É diferencial, não está contra o gosto trabalho.

Não substitui. Não agrada.

Não se preocupa em ser aceito por cada pessoa.

Existe só em momentos específicos.

Não é para todos. Não pede permissão.

Não é neutro. Não pede desculpas.

Não é sutil. Não pede desculpas.

Não é para quem quer ser visto por todos.

Não é para quem quer ser aceito por todos.

Não é para quem quer ser aceito por todos.

Não é para quem quer ser aceito