



Manual da Marca

1%

O nosso Manual busca apresentar,  
de forma clara e objetiva,  
**todos os elementos de linguagem**  
que utilizamos para manifestar com  
nobreza, a essência da nossa missão.

Página 5

---

## NOSSA **MARCA**

É a expressão da nossa cultura. Aquilo que valorizamos. As nossas crenças.

Traz consigo a capacidade de manifestar a **essência** da nossa energia em todos os serviços que consagramos.

Página 9

---

## NOSSA **IDENTIDADE**

Identidade é o conjunto de sinais e regras que tem o objetivo de **tornar visível** nossa marca.

Guiando, com originalidade, parte da nossa expressão para o mundo.

Página 18

---

## NOSSA **LINGUAGEM**

Sistema de signos verbais que serve para expressar o nosso genuíno **posicionamento**.

Complementa a comunicação da nossa identidade.

Tem o papel de orientar todos aqueles que falam em nome dela.

1.

**MARCA**

Quem  
genuinamente  
somos?

Inspirar através da ação.

# Inspirar

## Persistente

Persistir é **diferente** de insistir.

Existimos para manifestar e propagar a luz no planeta Terra.

---

## Audaciosa

Antes da audácia, a **cor.agem**.

A audácia já é, em si, a manifestação plena e pura do Ser.ciente.

---

## Amorosa

Nada de positivo se constrói sem amor.

O **amor** é a porta, o amor é a **chave**.



2.

# IDENTIDADE

Como nos  
manifestamos  
visualmente?

## ÚNICA VERSÃO

Esse é o nosso logotipo.

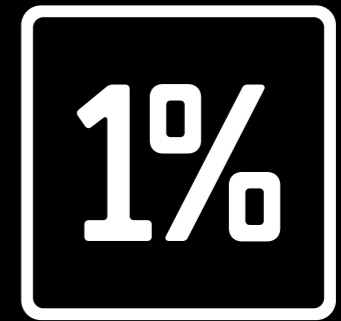
Ele é a síntese de nossa identidade e deve ser utilizado conforme as regras exemplificadas nesse manual.

Ele **não** deve ser alterado ou modificado.

(\*) Disponibilizamos um arquivo com as variações do logotipo em diversas extensões gráficas.



Sob fundo branco

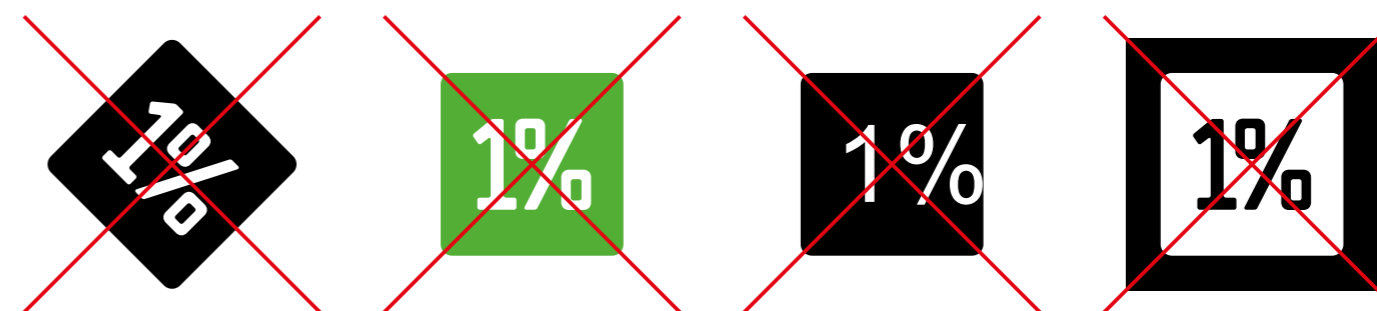


Sob fundo preto

## ATENÇÃO!!!

Não se deve modificar, redesenhar, girar, alterar cores e proporções do logotipo.

**Importante:** conforme especificado na página anterior, a versão negativa não deve ser utilizada como o exemplo ao lado.



## PADRÃO CROMÁTICO

### Branco

O branco representa, além da paz e bondade, a luz. Ele é o nosso guia, é onde encontramos forças para seguir.

### Preto

O preto é a escuridão, são os obstáculos que devemos ultrapassar. Também é a profundidade e o infinito.

### Índigo

Além de ser um tom claro e alegre, o índigo harmoniza *muy bien* com nossas outras cores.

R [ 255 ]	C [ 0 ]
G [ 255 ]	M [ 0 ]
B [ 255 ]	Y [ 0 ]
	K [ 0 ]

#ffffff

R [ 0 ]	C [ 0 ]
G [ 0 ]	M [ 0 ]
B [ 0 ]	Y [ 0 ]
	K [ 100 ]

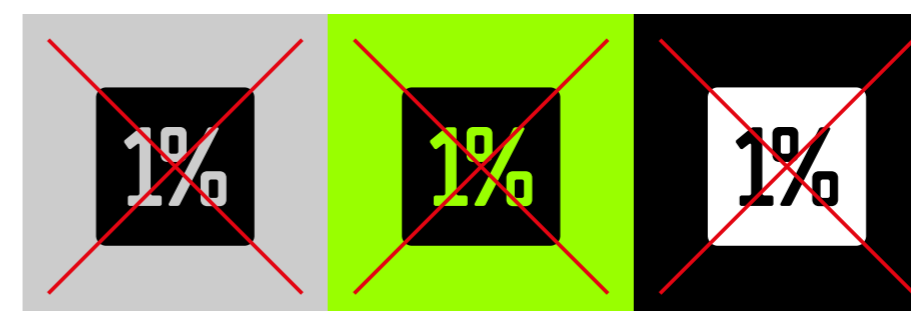
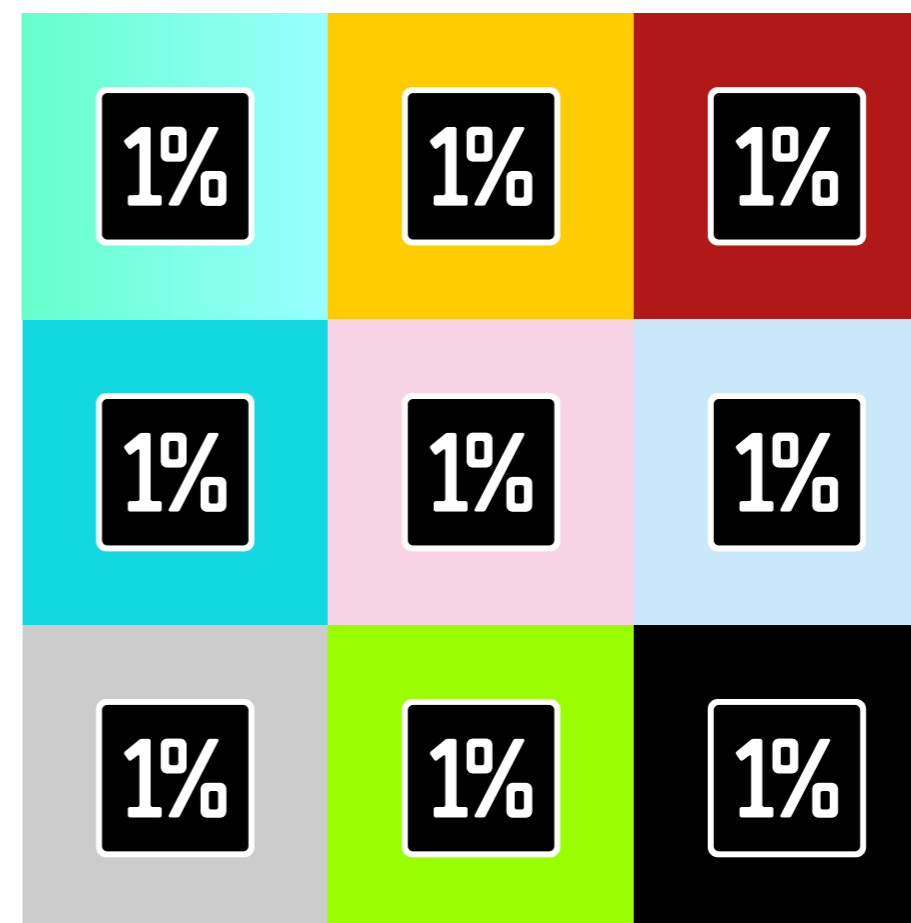
#000000

R [ 18 ]	C [ 67 ]
G [ 217 ]	M [ 0 ]
B [ 225 ]	Y [ 20 ]
	K [ 0 ]

#12D9E1

## SOBRE CORES

Ele **nunca** deverá aparecer vazado.



## SOBRE FOTOS

---

Prezar pela boa *visibilidade*.

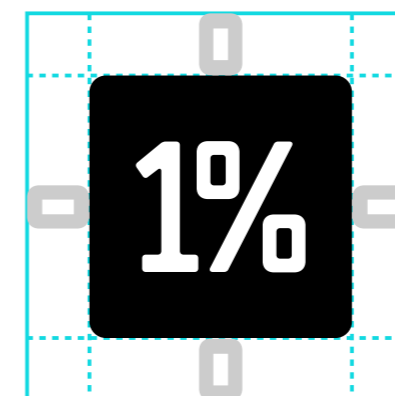
Procure aplicar a marca nos lugares mais homogêneos e menos densos da foto.



## ÁREA DE PROTEÇÃO

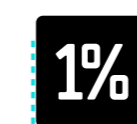
Adicione uma área de proteção para **preservar** a integridade da marca.

Outros elementos da composição gráfica **não** devem adentrar esse espaço.



## REDUÇÃO

Para manter a **legibilidade** da marca, o logotipo **não** deve ser reduzido a uma largura a 10mm nos meios impressos ou 60px em meios digitais.



10mm  
60px

## PASSARITO

---

O abridor de caminhos.

O guardião.

Aquele que ilumina  
e protege o nosso  
caminhar.



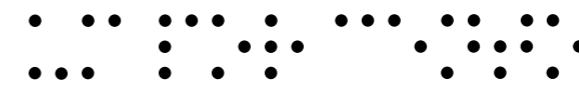
## BRAILE

---

Pluralidade.

Acesso irrestrito.

A tudo e a todos.





## USO DO SITE

Há momentos em que o site poderá **acompanhar** o logotipo ou o Passarito.

Para estes usos, seguir as proporções demonstradas ao lado.



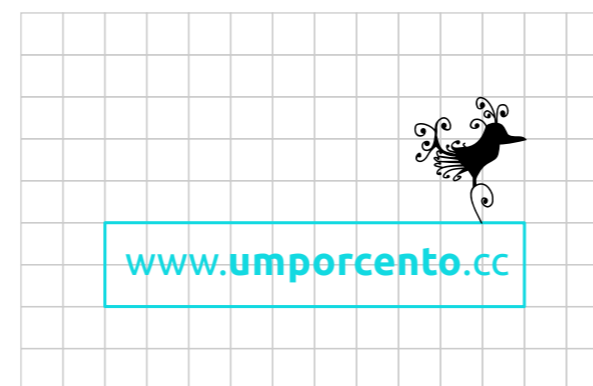
Grades construtivas



Sob fundo branco



Sob fundo preto



3.

# LINGUAGEM

Como falamos,  
escrevemos e nos  
referimos?

### DO'S

- ✓ A marca é feminina, portanto, é a 1%.
- ✓ A grafia da marca deve ser sempre realizada desta forma: 1%. Com o numeral 1 e o símbolo de porcentagem.
- ✓ A grafia da marca "Um por cento" deverá ser usada somente em casos restritos, quando não for permitido usar algarismos numéricos ou símbolos.
- ✓ A marca deverá ser lida como "um por cento", porém, a grafia da marca é sempre 1%.

### DONT'S

- ✗ Não use espaço entre o "1" e o "%".
- ✗ Não deverá ser falada em outro idioma, mesmo que a marca esteja fora do país de origem.
- ✗ Nunca deverá ser escrito "Um %", "1 por cento" ou "1 por 100".

Comunicamo-nos de forma humana.

**Coração pra coração.**

A nossa fala é firme e objetiva,  
sem deixar de ser acolhedora e amorosa.

**Posicionada.**

Valorizamos o diálogo consciente,  
com discurso inclusivo e que  
**converse com todos.**

Abrimos mão de expressões formais  
e distantes da realidade empática.

Confiamos no que manifestamos.

**Nossa matriz é o sentir.**

Sabemos que estamos a serviço.

A nossa fala se orgulha do ~~passado~~ que  
construímos, é focada no presente que  
estamos experienciando e abundantemente

**otimista sobre o futuro.**

## TIPOGRAFIA PARA TÍTULOS

Para títulos, recomenda-se a utilização da fonte Ubuntu, nos pesos Medium e Bold em caixa-alta, a serem usados de acordo com a necessidade de destaque para o mesmo. Quando o título estiver com tamanho de fonte similar ao do texto, utilizar o peso Bold pra maior destaque. Quando o título estiver com tamanho relativamente maior que o texto, recomenda-se o uso do peso Medium.



Ubuntu  
by Dalton Maag  
ano 2010

*Recomendação*

**MEDIUM**  
**BOLD**  
CAIXA-ALTA

## TIPOGRAFIA PARA SUBTÍTULOS E DESTAQUES

Para subtítulos, destaques, olhos em páginas editoriais e afins, recomenda-se o uso da tipografia Ubuntu Medium em caixa-baixa. É importante ressaltar que o destaque citado não é considerado quando dentro do texto, mas sim como um bloco à parte, conforme representado nas páginas a seguir.



Ubuntu  
by Dalton Maag  
ano 2010

*Recomendação*

**MEDIUM**  
Caixa-baixa

## TIPOGRAFIA PARA CORPO DE TEXTO

Para corpo de texto, ou seja, quando houver grande quantidade de texto corrido, é indicado a tipografia Ubuntu no peso regular. Recomenda-se utilizar Bold e Itálico para destaques e palavras estrangeiras.



Ubuntu  
by Dalton Maag  
ano 2010

*Recomendação*

**REGULAR**  
Caixa-baixa

## COMPOSIÇÃO TEXTUAL

Para correta aplicação das tipografias sugeridas, siga a composição exemplificada ao lado.

### 1. Cores

Recomenda-se, sempre que possível, a utilização apenas do preto, ciano e cinza 80% nas composições textuais, além do branco, quando o fundo for escuro.

### 2. Corpo de Texto

O corpo de texto pode contar com destaques em bold e itálico, porém em ciano é recomendado apenas ao final, desde que não seja muito extenso.

### 3. Destaque no Título

O título poderá ter destaque em ciano, ou na linha completa (pode ser mais de uma linha) ou em apenas uma palavra no título inteiro.

### 4. Subtítulo e Destaque

Recomenda-se que o título e destaque não possuam ciano.

# TÍTULOS EM CAIXA-ALTA NO PESO BOLD OU MEDIUM COM DESTAQUE EM ÍNDIGO

Subtítulo em caixa-baixa no peso medium,  
sem destaque em ciano.

Este é um corpo de texto. Recomenda-se o uso da tipografia Ubuntu no peso regular, com destaques em **Bold** ou em *Itálico*. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui oascia deserunt mollit anim id est laborum . Sed ut perspiciatis Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur?". Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui oascia deserunt mollit anim id est laborum . Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem.

**Destaque em bloco  
de texto separado  
e na fonte Ubuntu,  
em caixa- baixa.**

É possível **destaques em índigo** ao final dos textos corridos, desde que não sejam muito extensos.

## DESIGNERS | HOMENAGEM

O desafio? Traduzir todo o universo que habita as profundezas da 1%, em um vasto mundo de linguagens da 3ª dimensão.

Creemos, que através de muito amor conseguimos fazer a nossa parte e finalizar esse lindo projeto.

Porém, e que fique bem registrado: não teríamos chego até aqui sem a entrega de **tempo**, **energia** e muito **coração** que cada 'designer' que atuou em nosso campo, entregou.

A todos vocês, e por ordem de chegada, nuestras gracias infinitas:



@diego\_polly  
BOHLAM



@angeloborges\_  
METEORA BRANDS



@helenanabuco  
MANDALAH



@gabinhosinho  
GAD'



[www.umporcento.cc](http://www.umporcento.cc)