

**CONNECT  
WEEK**

A Connect Week é um evento plural. Com diversas pessoas e visões de negócio, atingindo diferentes segmentos que colaboram entre si pra trazer inovação e cultura para todos os seus participantes, e esse impacto não tem haver apenas com o momento do evento, ele reverbera e gera resultados ao longo do tempo na vida de quem participa.

A marca Connect Week Brasil 2024 entende a inovação como um elemento tão importante quanto o tempo, por isso traz consigo uma estrutura multidimensional, representada pelo cubo quadrimensional. Uma forma de representar graficamente algo que é imensurável ao ser humano, e que muda, evolui, modifica-se, impacta, o espaço-tempo.

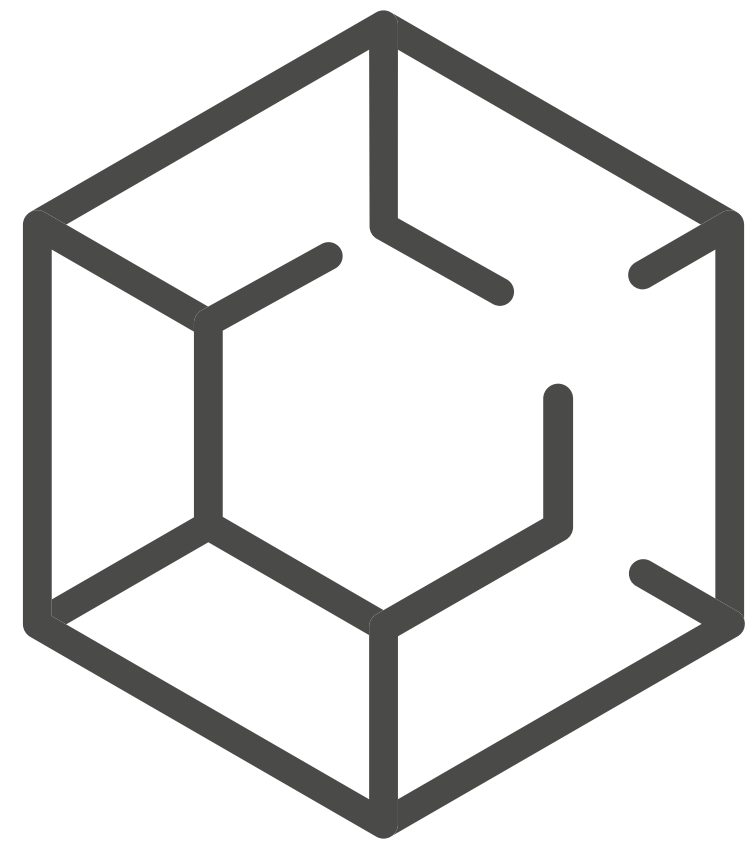
Essa forma gera a modularidade que permite a conexão de formas e padrões diferentes, para cada uma das áreas do evento, sem nunca perder sua essência, levar inovação, impacto, visão, conhecimento, networking e experiência em multidimensões, durante e depois do evento.



# MARCA INSTITUCIONAL preferencial



**CONNECT  
WEEK**  
Inovação para todos



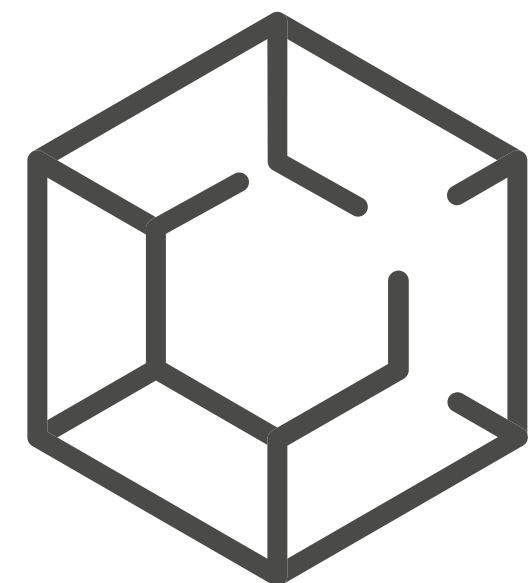
**CONNECT  
WEEK**  
Inovação para todos



**CONNECT  
WEEK**  
Inovação para todos

# MARCA INSTITUCIONAL

## secundária



**CONNECT  
WEEK**  
Inovação para todos



**CONNECT  
WEEK**  
Inovação para todos

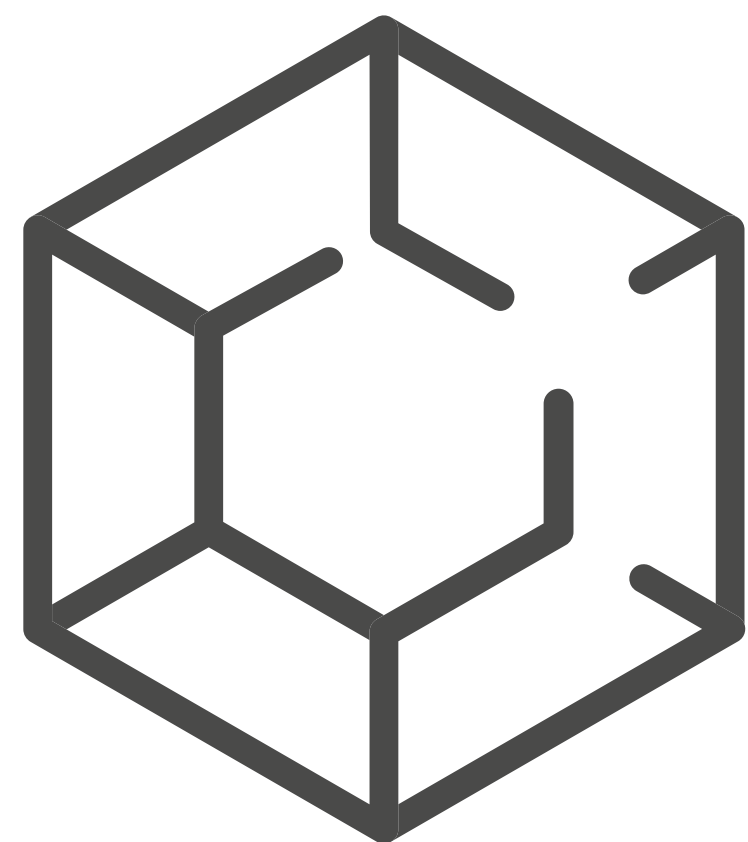


**CONNECT  
WEEK**  
Inovação para todos

# MARCA SAZONAL preferencial



**CONNECT**  
**WEEK**  
— **BRASIL 2024**



**CONNECT**  
**WEEK**  
— **BRASIL 2024**



**CONNECT**  
**WEEK**  
— **BRASIL 2024**

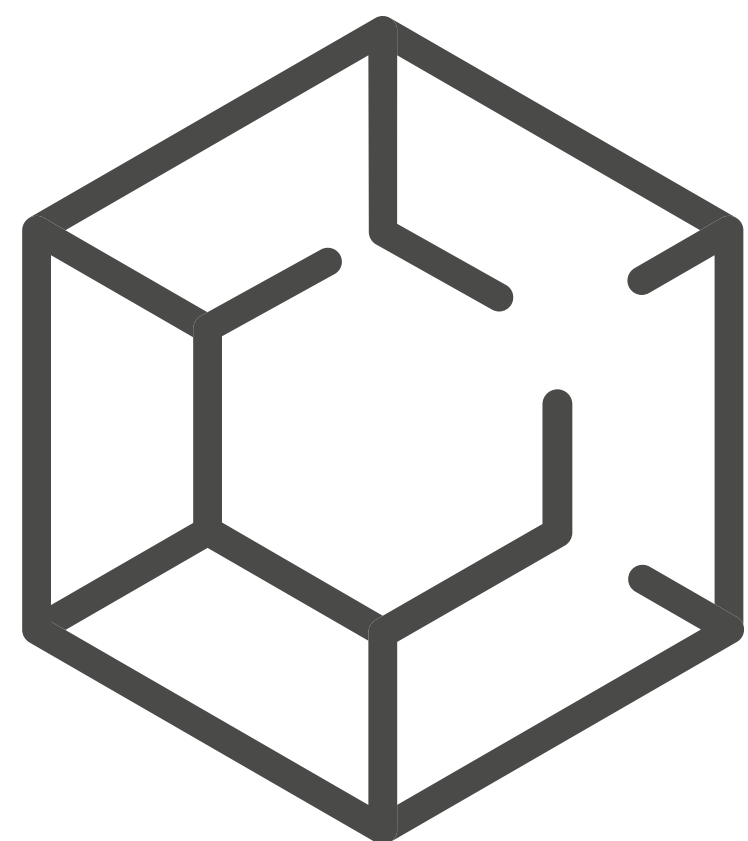
# MARCA SAZONAL secundária



MARCA DO EVENTO  
PROPRIETÁRIO  
preferencial



**CONNECT**  
**WEEK**  
— **SUMMIT**

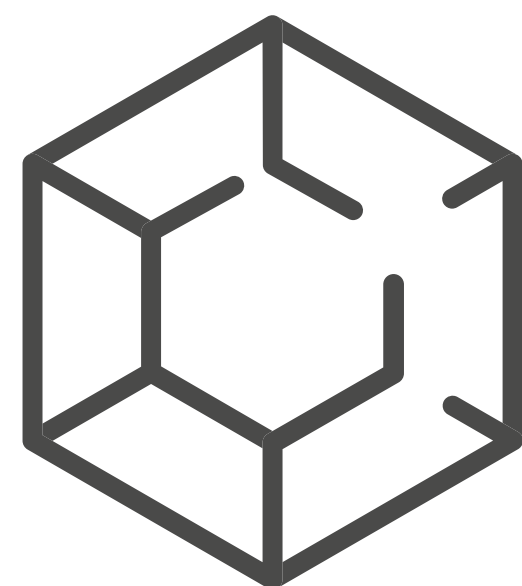


**CONNECT**  
**WEEK**  
— **SUMMIT**



**CONNECT**  
**WEEK**  
— **SUMMIT**

MARCA DO EVENTO  
PROPRIETÁRIO  
secundária



**CONNECT  
WEEK**  
— SUMMIT



**CONNECT  
WEEK**  
— SUMMIT



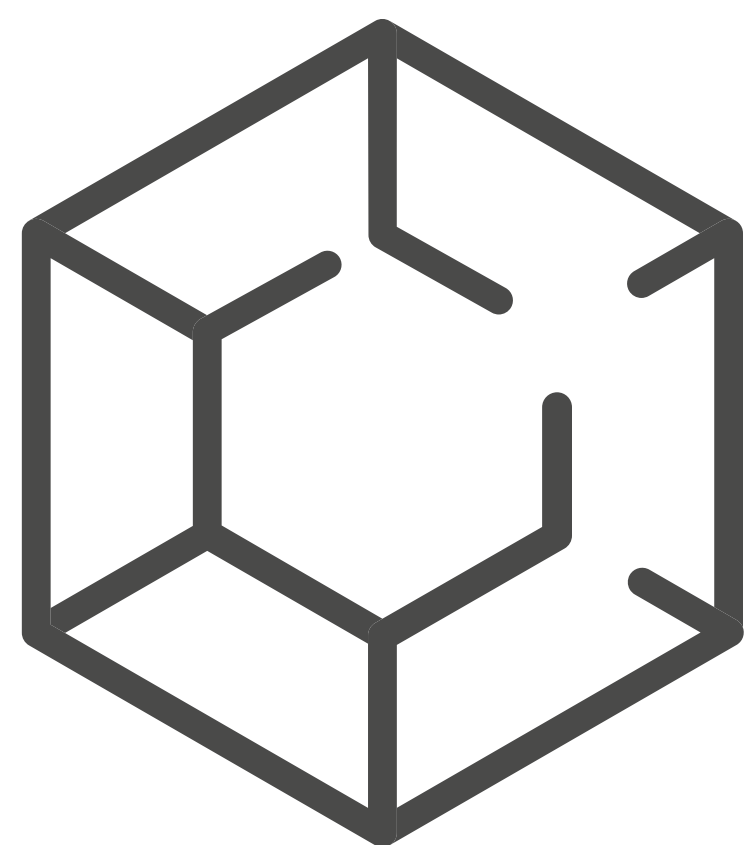
**CONNECT  
WEEK**  
— SUMMIT



MARCA DO EVENTO  
PARCEIRO  
preferencial



**CONNECT**  
**WEEK**  
— **PARTNER**



**CONNECT**  
**WEEK**  
— **PARTNER**



**CONNECT**  
**WEEK**  
— **PARTNER**

MARCA DO EVENTO  
PARCEIRO  
secundária

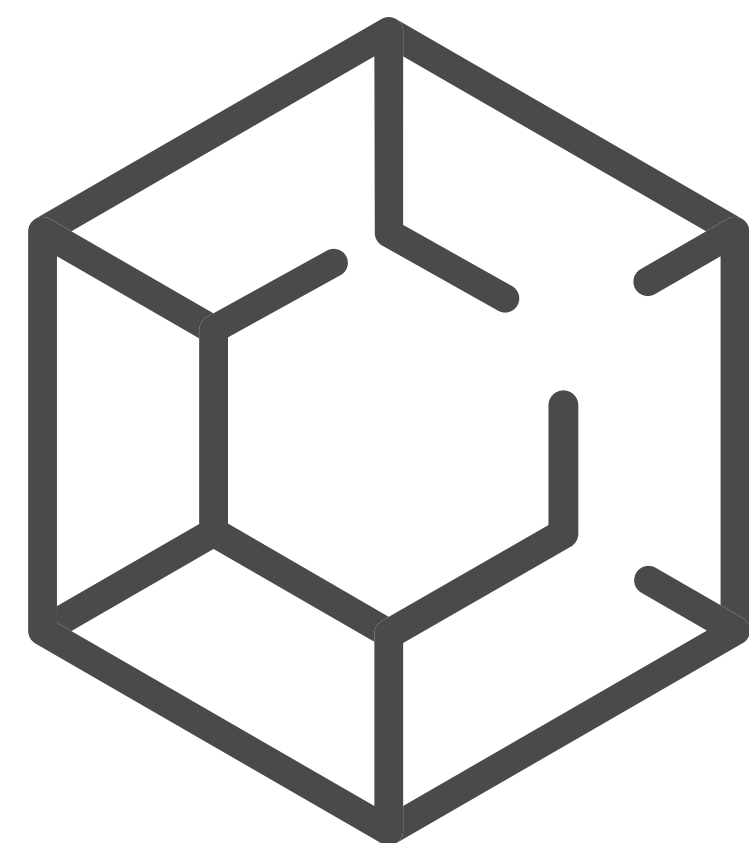


# MARCA REGIÕES

preferencial



**CONNECT**  
**WEEK**  
— REGIÕES



**CONNECT**  
**WEEK**  
— REGIÕES



**CONNECT**  
**WEEK**  
— REGIÕES

# MARCA REGIÕES

## secundária



# ÁREA DE RESERVA

Essa é uma forma que temos para proteger a marca de elementos que possam criar qualquer tipo de confusão na sua percepção ou até mesmo serem confundidos como parte da marca.



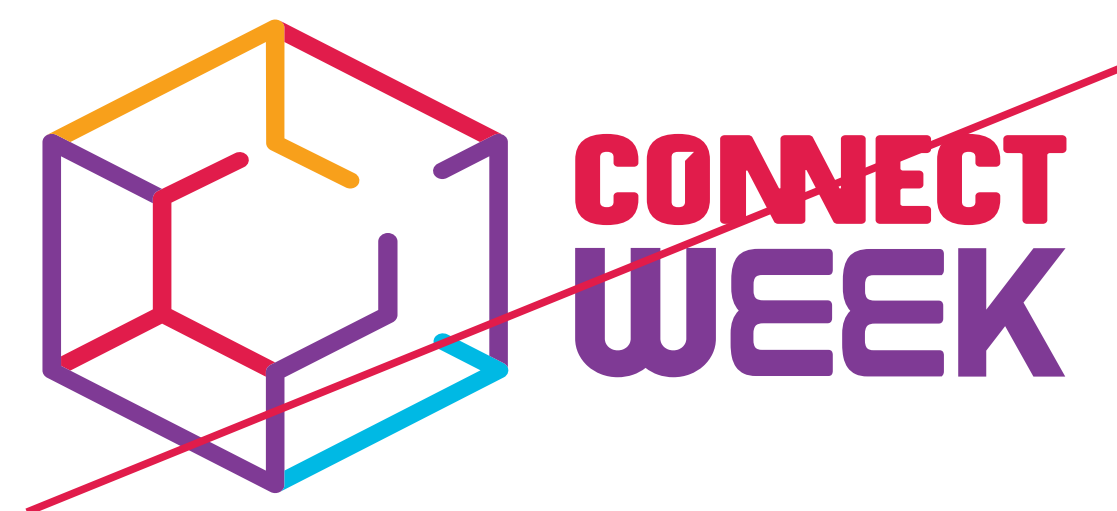
**1x**



**CONNECT** **1x**  
**WEEK**

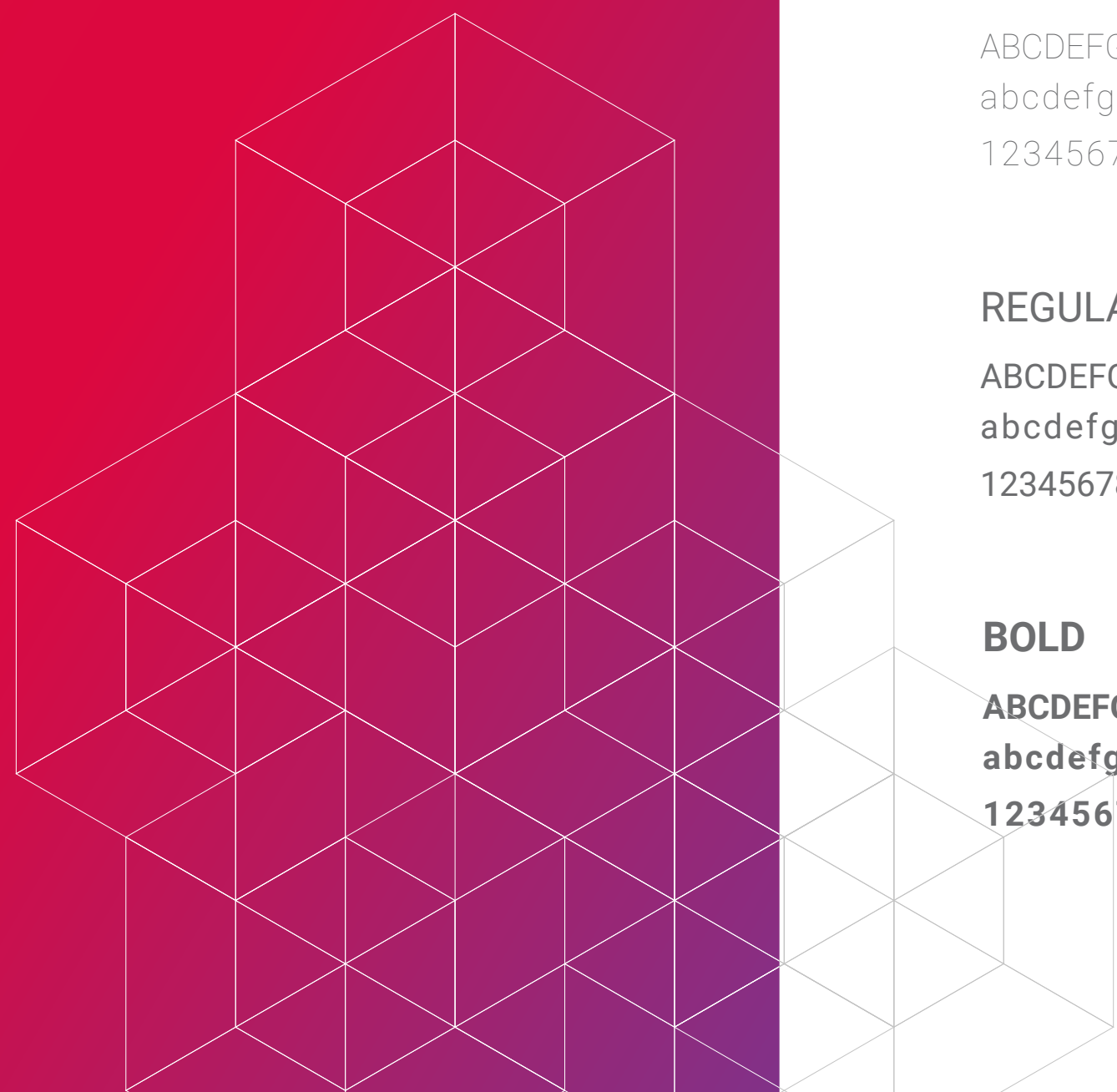
# PROIBIÇÕES

Ao lado demonstramos alguns exemplo do que NÃO é permitido alterar, ou seja, mudar, distorcer ou substituir os elementos da marca.



# PADRÃO TIPOGRÁFICO

A tipografia é parte fundamental para que a marca tenha sempre sua expressão visual preservada



## TIPOGRAFIA DA MARCA

CONSTRUÇÃO DA MARCA, WEB E MATERIAL IMPRESSO

### ROBOTO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 ,./\|{}[]()<>””:;!@#\$\$%^&\*+=+-

#### THIN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 ,./\|{}[]()<>””:;!@#\$\$%^&\*+=+-

#### REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 ,./\|{}[]()<>””:;!@#\$\$%^&\*+=+-

#### BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 ,./\|{}[]()<>””:;!@#\$\$%^&\*+=+-

#### LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 ,./\|{}[]()<>””:;!@#\$\$%^&\*+=+-

#### MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 ,./\|{}[]()<>””:;!@#\$\$%^&\*+=+-

#### BLACK

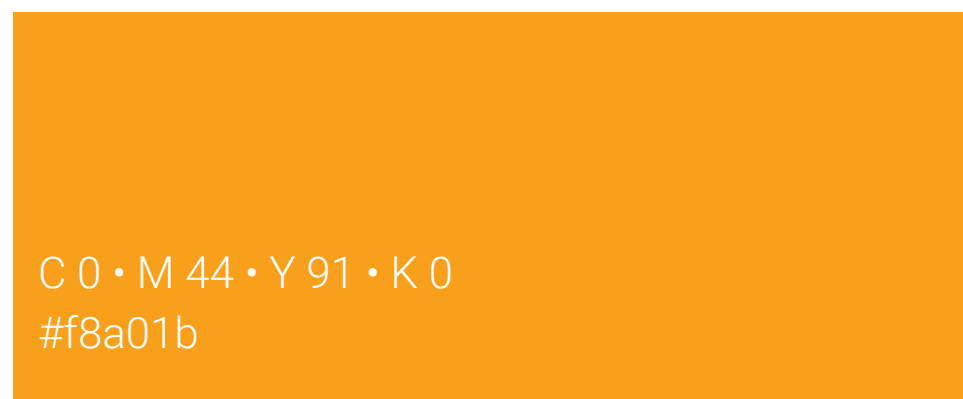
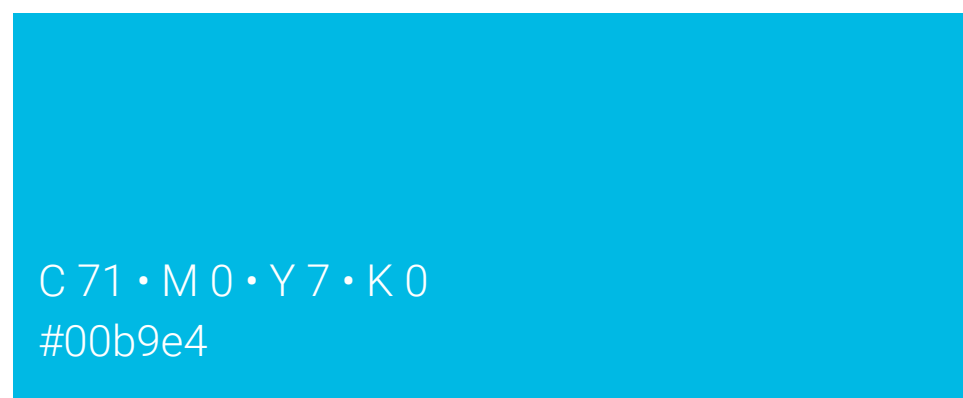
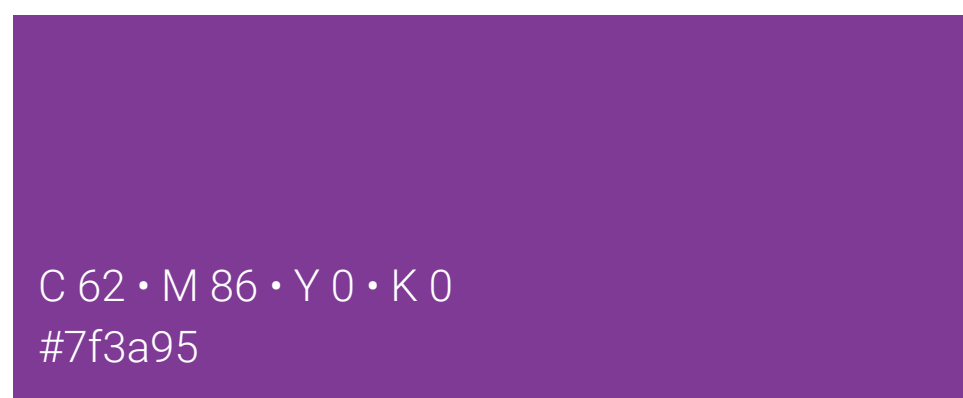
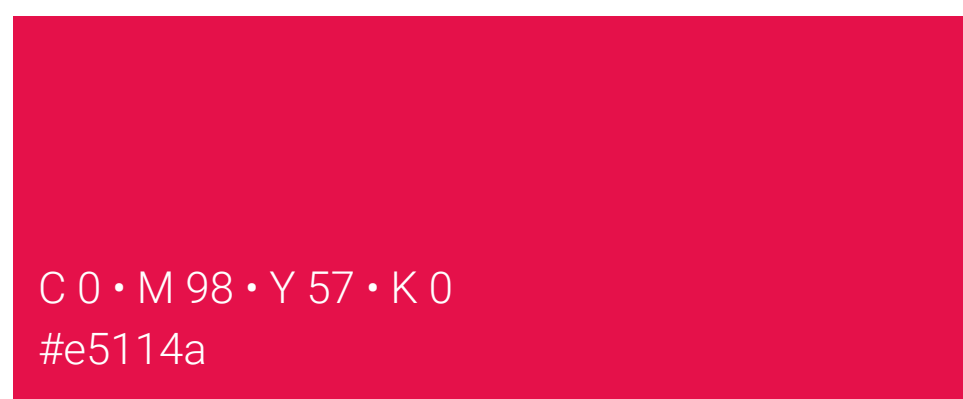
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 ,./\|{}[]()<>””:;!@#\$\$%^&\*+=+-

# PADRÃO CROMÁTICO

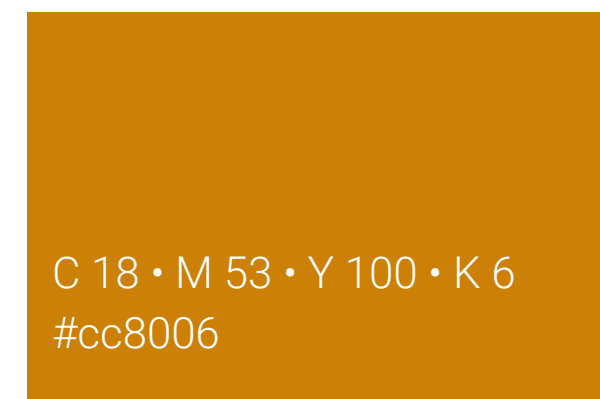
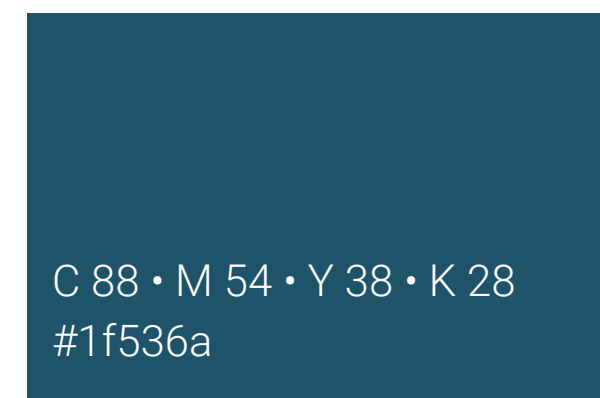
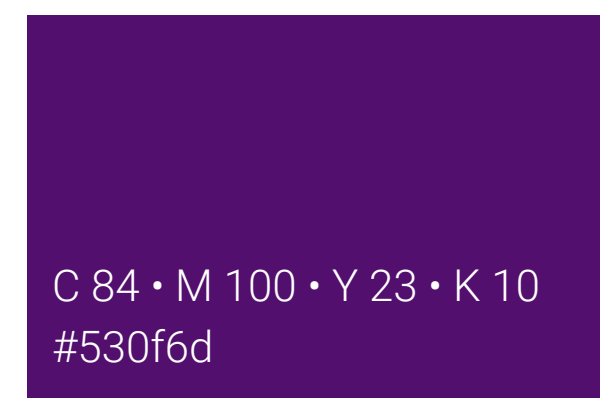
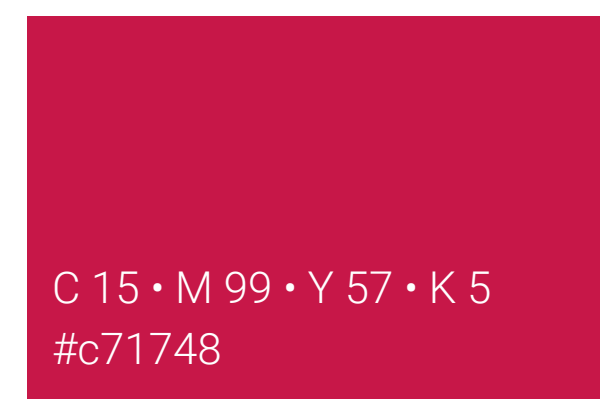
As cores são elementos fundamentais na marca. O padrão cromático deve ser utilizado na marca de maneira correta para ajudar a marca a ter seu destaque dentro do segmento.



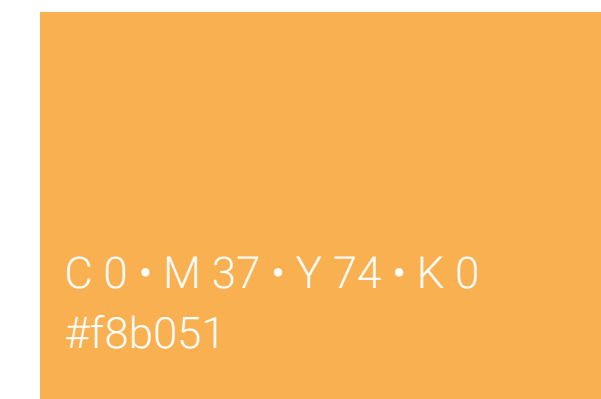
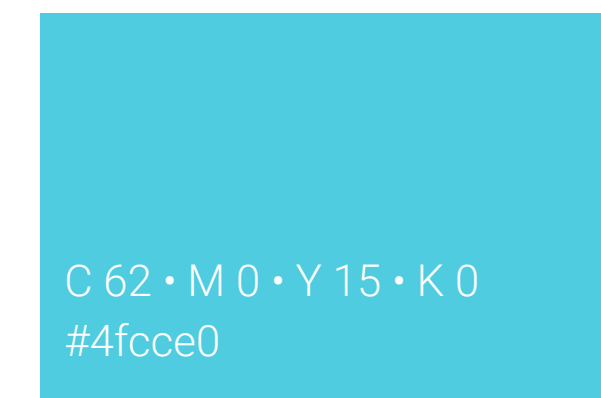
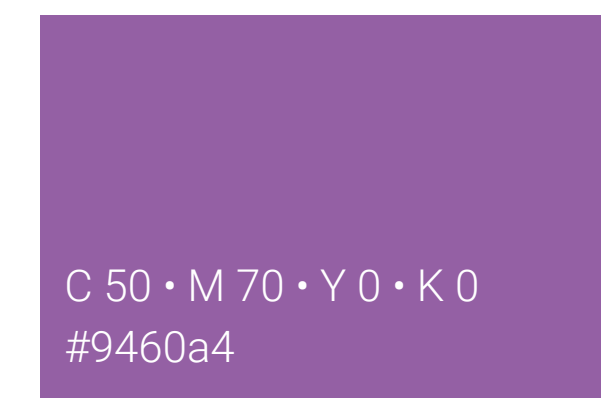
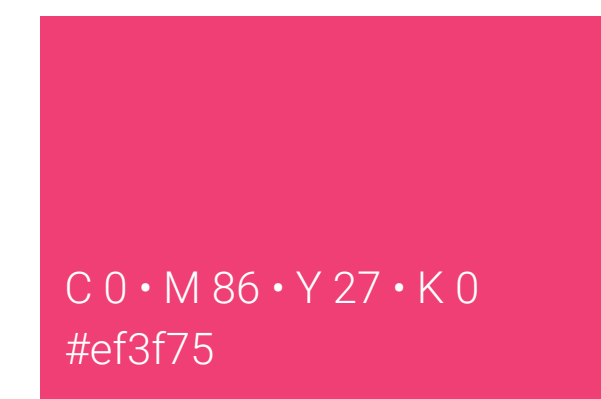
## PRINCIPAIS



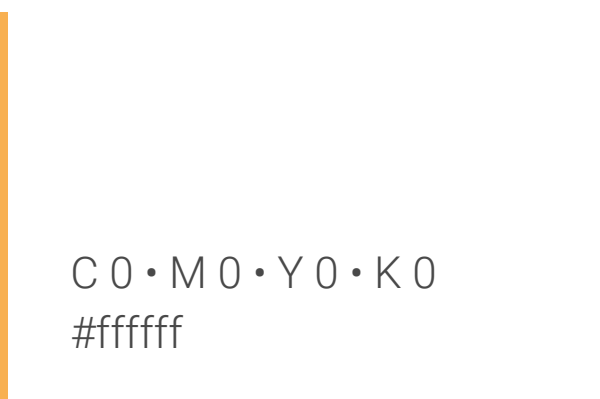
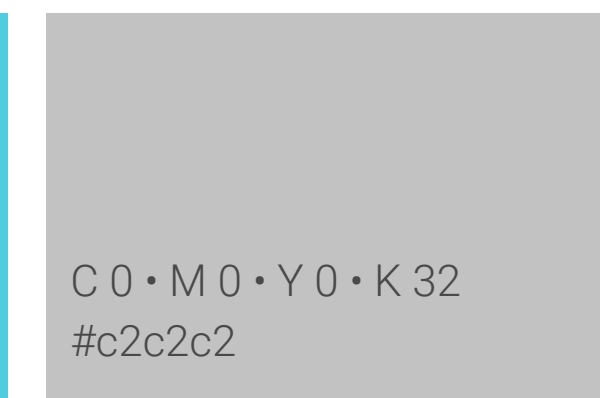
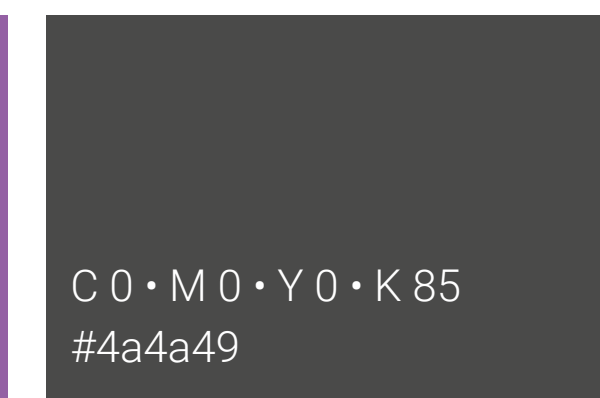
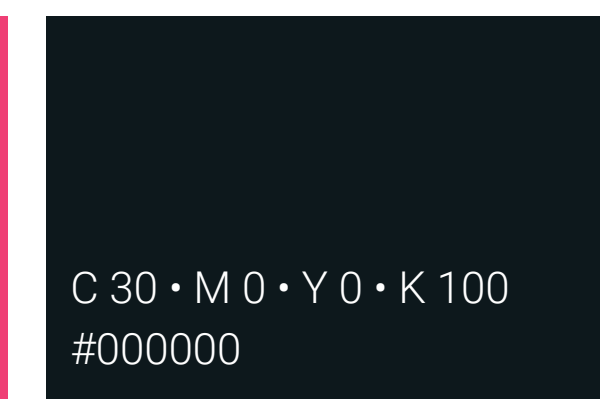
## DARKTONE



## HIGHLIGHT



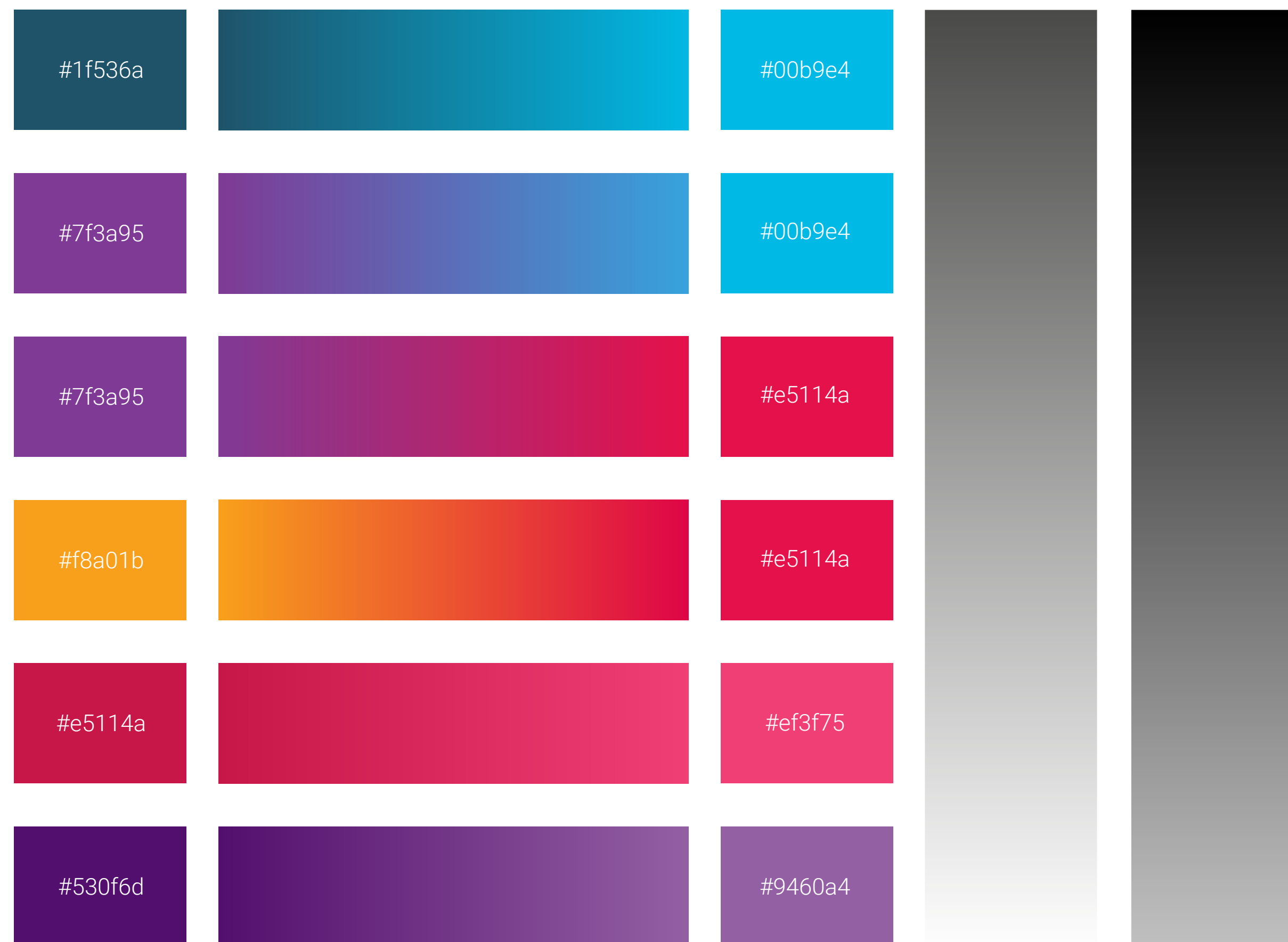
## GRAYSCALE





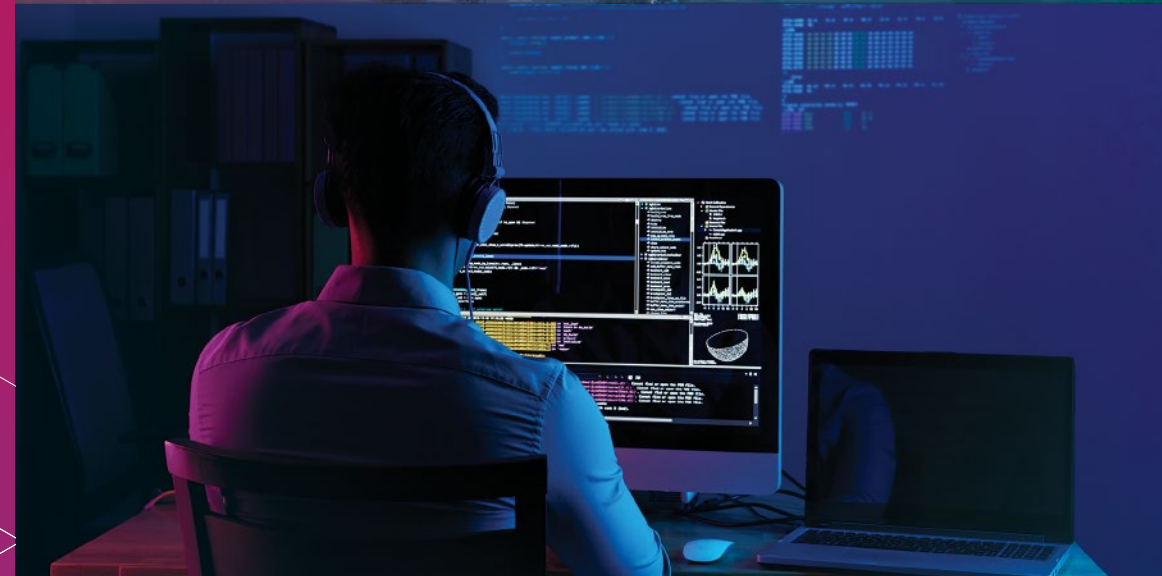
# PADRÃO CROMÁTICO GRADIENTE

As cores são elementos fundamentais na marca. O padrão cromático para gradientes também deve seguir nas cores da marca.



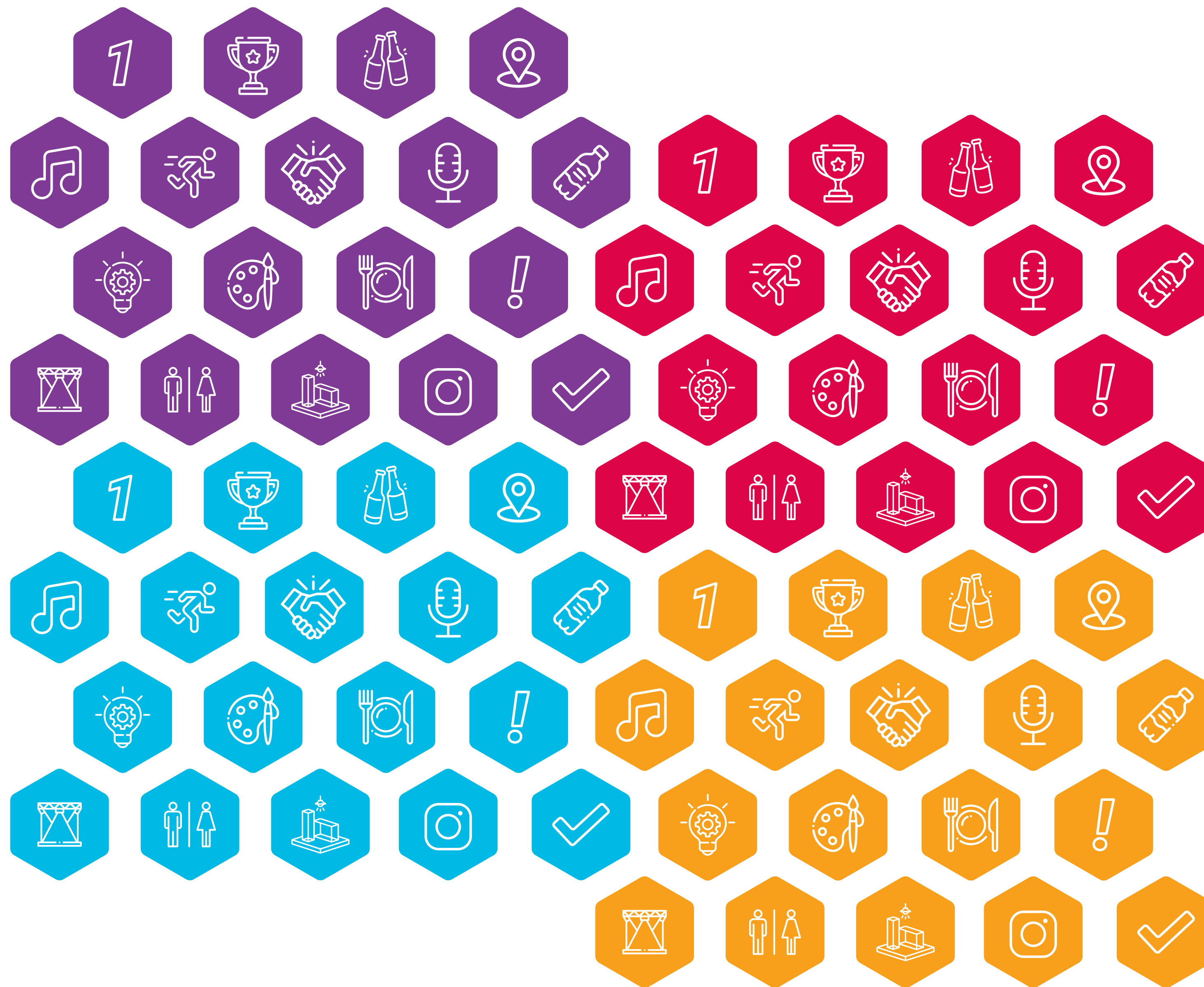
# PADRÃO FOTOGRAFICO

As cores são elementos fundamentais na marca. O padrão cromático deve ser empregado nas composições fotográficas para padronização visual.



# PADRÃO ICONOGRÁFICO

Os ícones para aplicação online e física do evento devem ser simples e seguir o mesmo padrão em linhas e cantos arredondados.



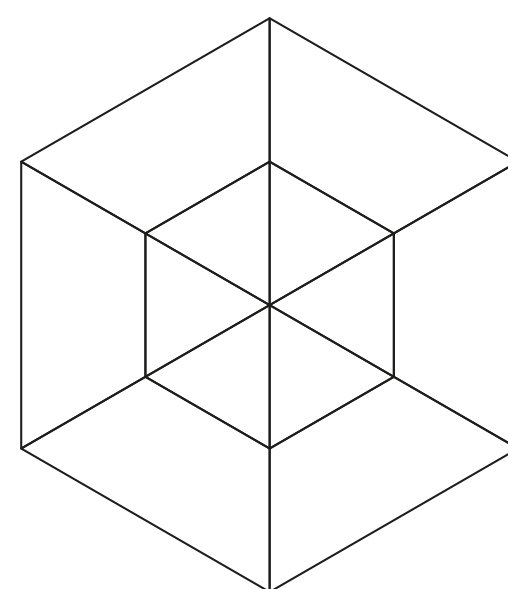
# ELEMENTOS GRÁFICOS DE SUPORTE

## EXÁGONO

Para as composições gráficas, há diversas opções de gráficos que remetem à marca e podem ser aplicados dentro dos padrões dispostos anteriormente neste manual.

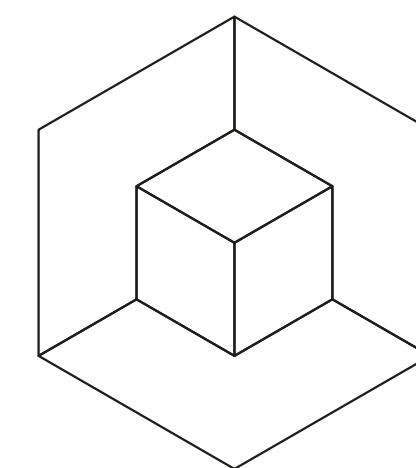


EXÁGONO  
ELEMENTO  
PRINCIPAL  
CONNECT WEEK

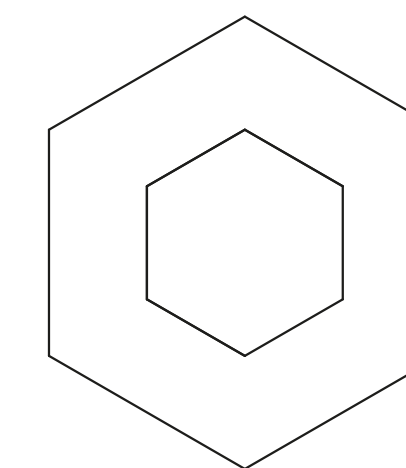


Connect Week  
(Inovação)

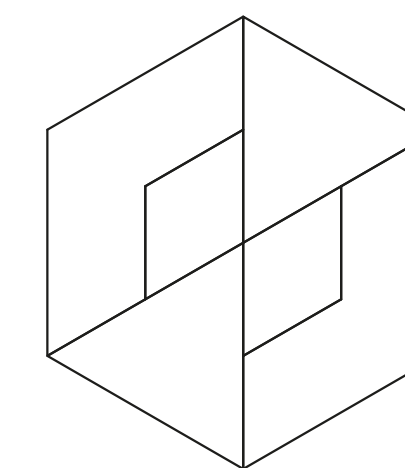
VARIAÇÕES DO ELEMENTO PRINCIPAL  
DE ACORDO COM DIFERENTES TEMÁTICAS



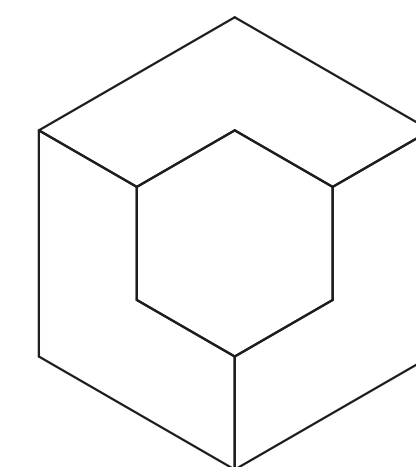
Conteúdo  
(perspectivas)



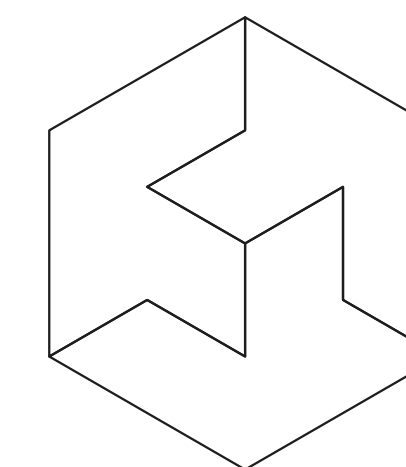
Cultura  
(vibração)



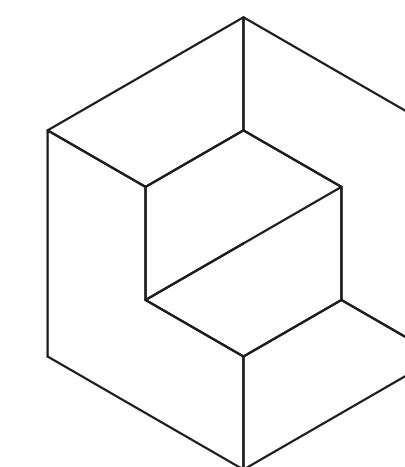
Negócios  
(conexão)



Tecnologia  
(preenchimento)



Esporte  
(movimento)



Gastronomia  
(plural)

# ELEMENTOS GRÁFICOS DE SUPORTE

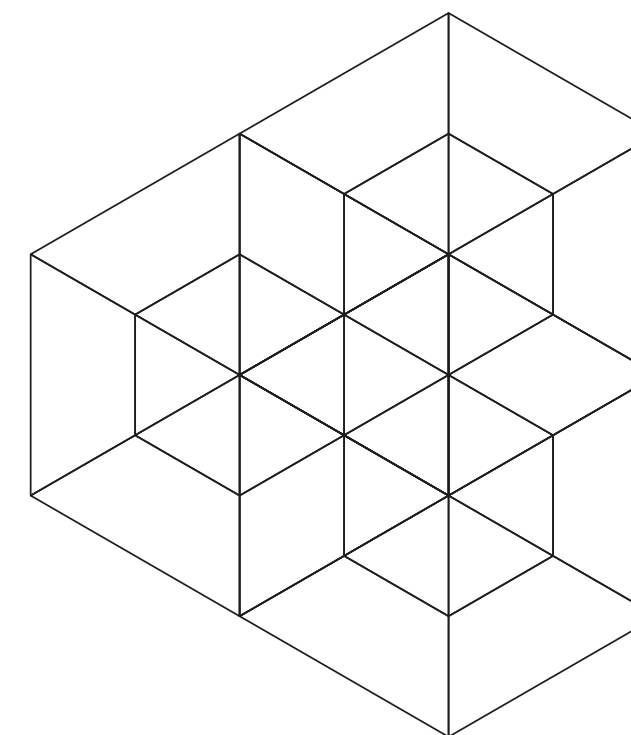
## EXÁGONO

Para as composições gráficas, há diversas opções de gráficos que remetem à marca e podem ser aplicados dentro dos padrões dispostos anteriormente neste manual.



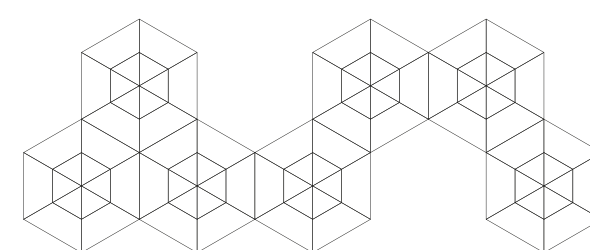
### APLICAÇÃO EM ALTA ESCALA

Permite sobreposição modular desde que os vértices estejam alinhados.

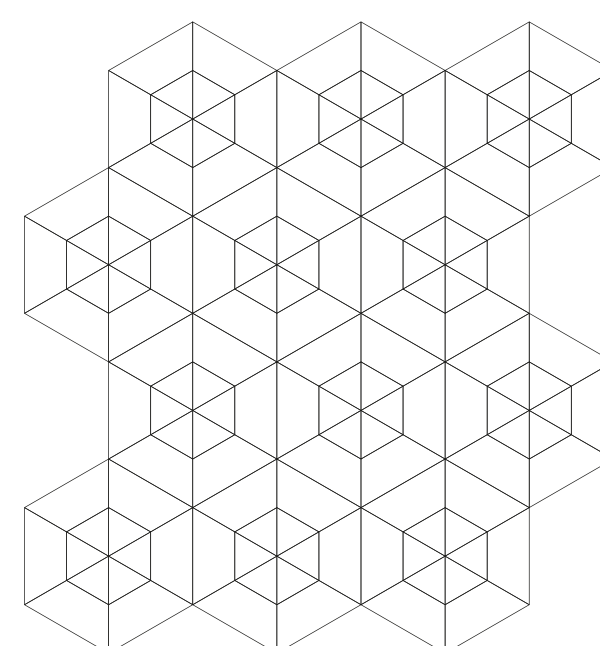


### APLICAÇÃO EM BAIXA ESCALA

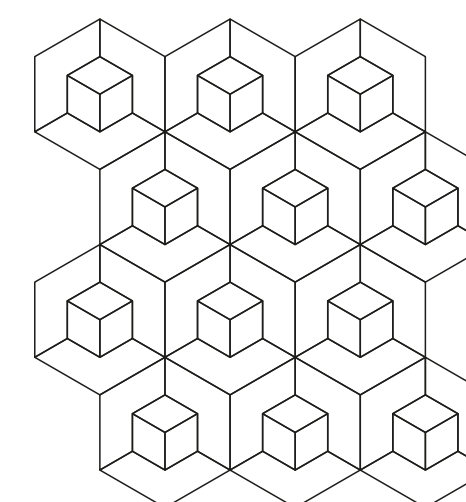
Não permite sobreposição modular



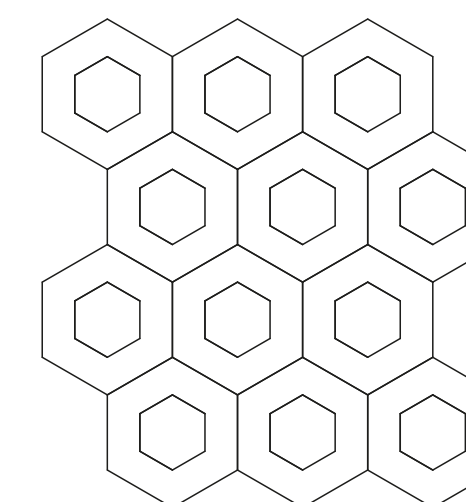
Inovação



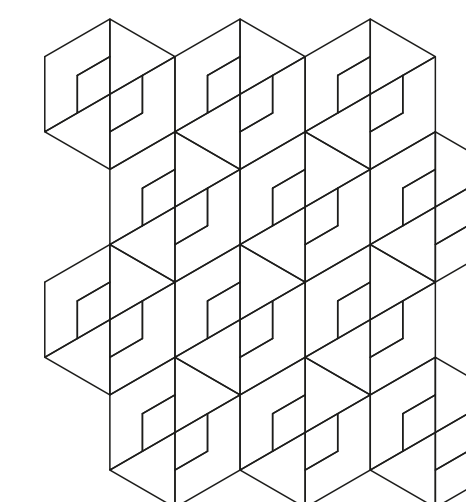
Conteúdo



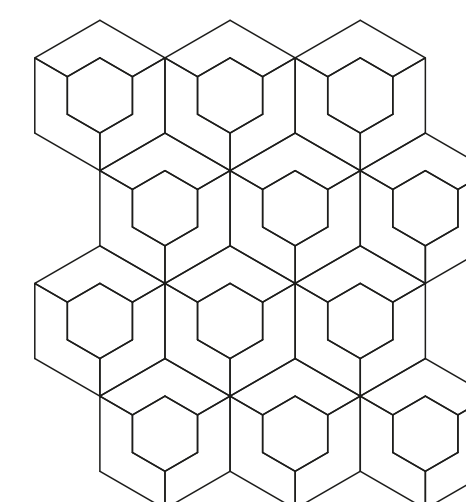
Cultura



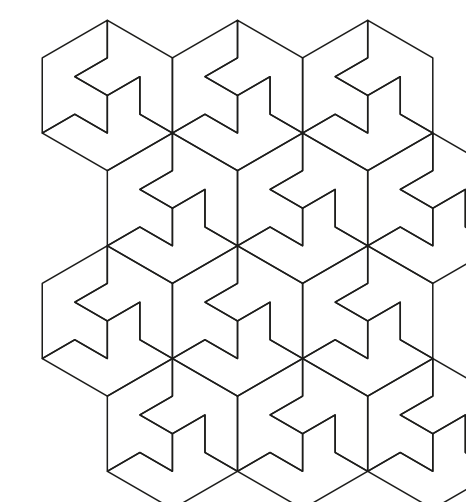
Negócios



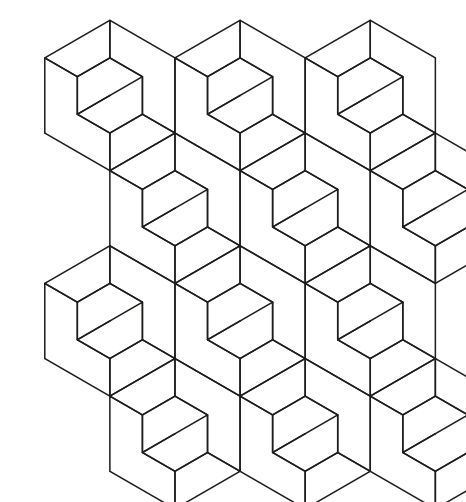
Tecnologia



Esporte



Gastronomia



# ELEMENTOS GRÁFICOS DE SUPORTE

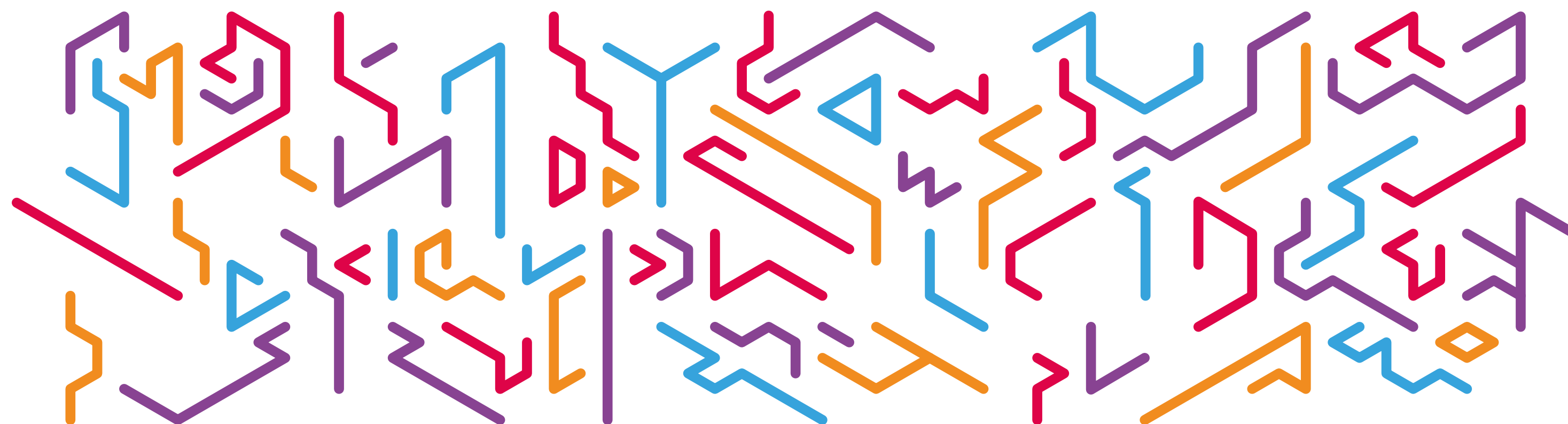
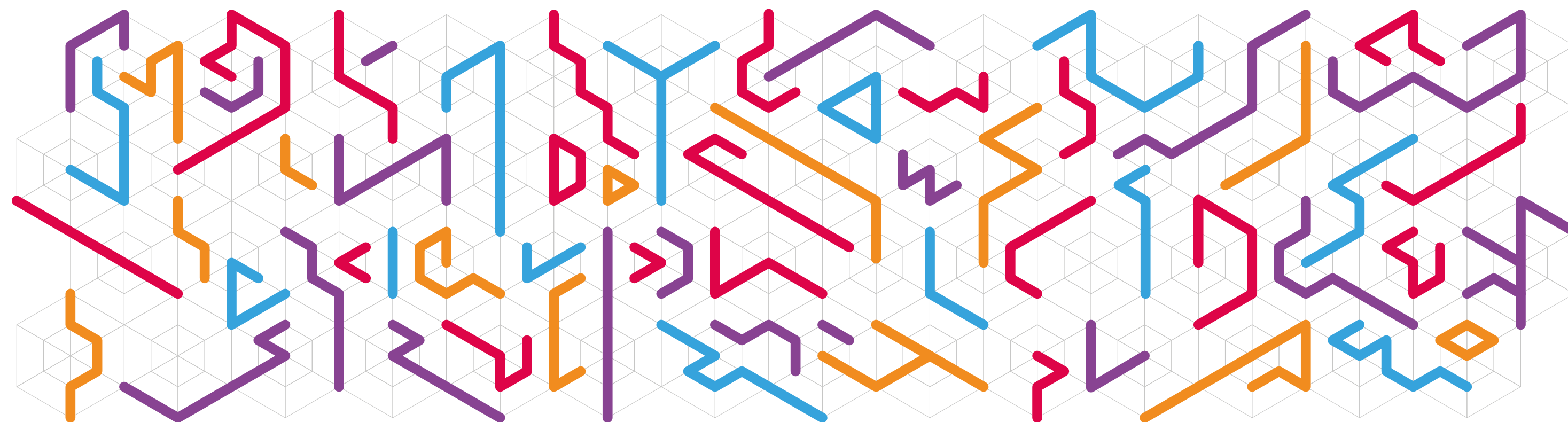
## LINHAS ISOMÉTRICAS

Para as composições gráficas, há diversas opções de gráficos que remetem à marca e podem ser aplicados dentro dos padrões dispostos anteriormente neste manual.



## LINHAS EM ISOMETRIA

Seguindo o grid recomenda-se que não sejam maiores do que o lado de 4 hexágonos. As linhas não necessariamente precisam ser aplicadas sobre o grid na composição, apenas seguir seu formato.



# ELEMENTOS GRÁFICOS DE SUPORTE

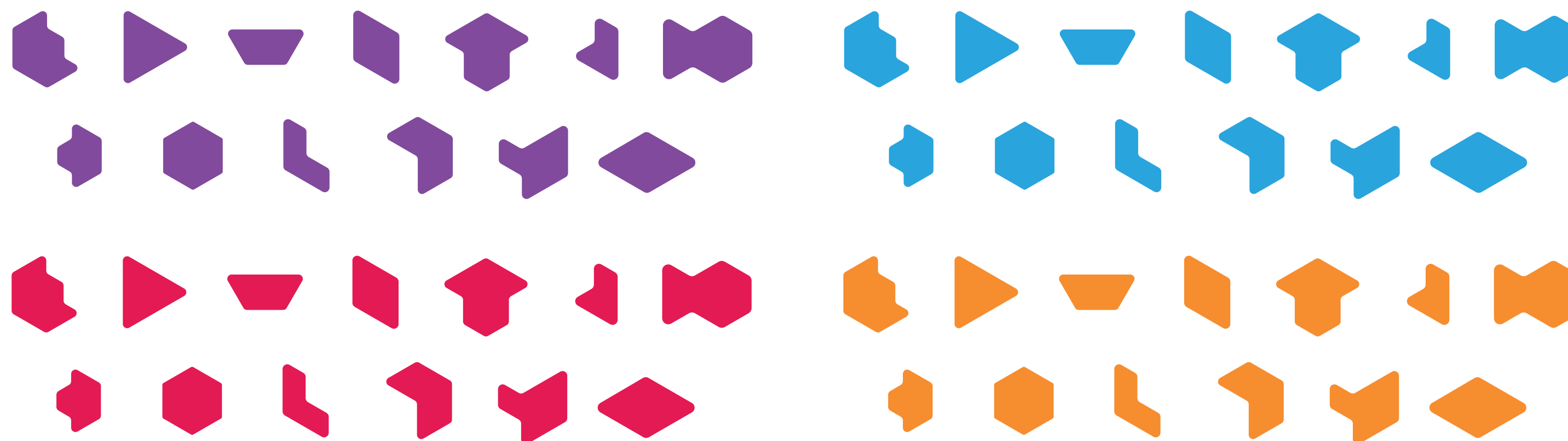
## FORMAS FECHADAS

Para as composições gráficas, há diversas opções de gráficos que remetem à marca e podem ser aplicados dentro dos padrões dispostos anteriormente neste manual.



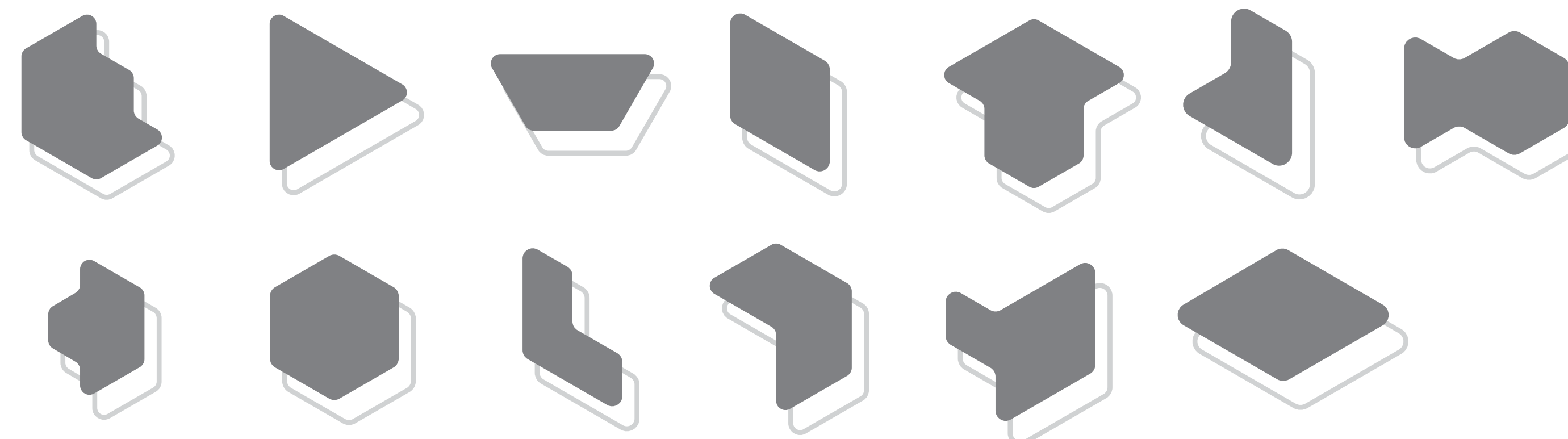
## FORMAS FECHADAS

São formas extraídas do exágono, utilizadas sempre com cantos arredondados.



## FORMAS PARA APLICAÇÃO DE IMAGENS

Imagens devem ser aplicadas no elemento cinza escuro



# ELEMENTOS GRÁFICOS DE SUPORTE

## TIPOGRAFIA

Para as composições gráficas, há diversas opções de gráficos que remetem à marca e podem ser aplicados dentro dos padrões dispostos anteriormente neste manual.



## TIPOGRAFIA

A disposição dos tipos não precisa ser de alinhamento padrão, mas respeitar a linearidade para leitura. A junção de cada caractere deve ser feita por suas arestas, como se uma nova dimensão fosse desdobrada a cada letra.

**NOVAÇÃO**

**GASTRONOMIA**

**CULTURA**

**CONTEÚDO**

**TECNOLOGIA**

**NEGÓCIOS**

**ESPORTE**

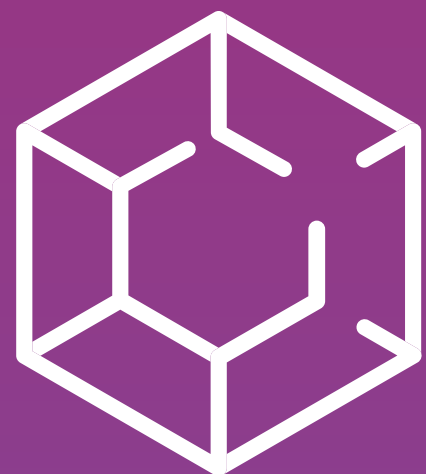




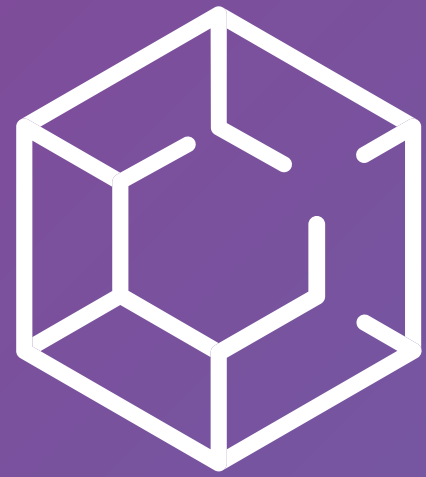




# CULTURA



**CONNECT  
WEEK**  
— BRASIL 2024

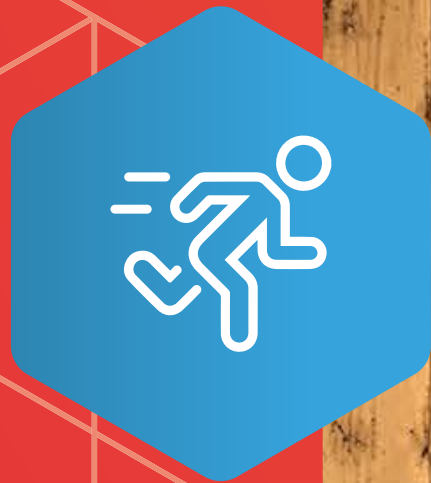


**CONNECT  
WEEK**  
— BRASIL 2024

# NEGÓCIOS



# CORRIDA



**CONNECT  
WEEK**  
— BRASIL 2024



# CONNECT WEEK