BRANDBOOK

2026

grupo duo

Introdução 3
Cores 6
Tipografia 11
Logotipo 17
Identidade verbal 25
Grafismos e ícones 32
Fotografia 35
Arquitetura de marca 39
Aplicações 47

Introdução

Apresentação

O Grupo Duo X é uma holding de agências especialistas. Sob uma única arquitetura de marca, o grupo consolida ultraespecialistas em uma direção única e enxuta, unificando estratégia, execução e governança do investimento.

Este manual reúne as diretrizes da identidade visual e verbal do Grupo Duo X. Ele orienta a aplicação correta da marca em todos os pontos de contato, preservando sua consistência e sua força.

Manifesto

O poder da síntese. Um grupo que conduz com integração inteligente em todas as frentes.

Poder da síntese é a habilidade máxima da liderança em extrair clareza do caos. Reflete a nossa capacidade de unificar diversas agências ultraespecialistas em uma direção única e enxuta.

Agregamos a estratégia: entramos no jogo já ganhando, pois dominamos o contexto e os detalhes escondidos do negócio do cliente, agindo de forma proativa.

E, por fim, o poder de ser um grupo: um sistema integrado onde todas as engrenagens funcionam em harmonia para maximizar o retorno e a governança do investimento.

Cores

Paleta principal

As cores institucionais do Grupo Duo X transmitem maturidade corporativa, profundidade técnica e a energia da eficiência sistêmica. O Roxo Maestro é o coração visual da marca: representa a holding orquestradora e é a cor protagonista das aplicações.

O Roxo Vibrante marca a transição e o movimento do sistema. Preto Noturno e Grafite Escuro dão o peso institucional e a base estrutural, enquanto o Branco Neve garante respiro e clareza premium. O Rosa Lavanda traz o frescor do insight e nunca é usado sozinho: sua aplicação pressupõe o roxo já estabelecido como base. Azul Serenity e Cinza Gelo completam a paleta como cores de suporte.

ROXO MAESTRO	PANTONE
HEX	#5F23CF
RGB	95, 35, 207
CMYK	54, 83, 0, 19

ROXO VIBRANTE	PANTONE
HEX	#8526F3
RGB	133, 38, 243
CMYK	45, 84, 0, 5

PRETO NOTURNO	PANTONE
HEX	#02040B
RGB	2, 4, 11
CMYK	82, 64, 0, 96

BRANCO NEVE	PANTONE
HEX	#FFFFFF
RGB	255, 255, 255
CMYK	0, 0, 0, 0

GRAFITE ESCURO	PANTONE
HEX	#232524
RGB	35, 37, 36
CMYK	5, 0, 3, 85

ROSA LAVANDA	PANTONE
HEX	#DF67EA
RGB	223, 103, 234
CMYK	5, 56, 0, 8

AZUL SERENITY	PANTONE
HEX	#A2BBFE
RGB	162, 187, 254
CMYK	36, 26, 0, 0

CINZA GELO	PANTONE
HEX	#E9EBF9
RGB	233, 235, 249
CMYK	6, 6, 0, 2

Paleta secundária

Os degradês da marca são construídos exclusivamente com as cores da paleta principal. São três combinações previstas: degradê linear a 60° de Rosa Lavanda para Roxo Maestro, degradê linear a 60° de Roxo Vibrante para Roxo Maestro e degradê radial a 55° de Rosa Lavanda para Roxo Maestro.

Ao lado, as especificações de cada transição, com valores de HEX, RGB e CMYK e seus pontos de parada.

DEGRADÊ LINEAR 60°



HEX	#DF67EA	#5F23CF
RGB	223, 103, 234	95, 35, 207
CMYK	5, 56, 0, 8	54, 83, 0, 19

DEGRADÊ LINEAR 60° 2



HEX	#5F23CF	#8526F3
RGB	95, 35, 207	133, 38, 243
CMYK	54, 83, 0, 19	45, 84, 0, 5

DEGRADÊ RADIAL 55° / 100% / EFEITO DESFOCAR



HEX	#5F23CF	#5F23CF	#DF67EA
RGB	95, 35, 207	95, 35, 207	223, 103, 234
CMYK	54, 83, 0, 19	54, 83, 0, 19	5, 56, 0, 8

Tipografia

Tipografia principal

A tipografia institucional do Grupo Duo X é a SF Pro Display. A família acompanha a marca em todos os materiais e está disponível em pesos que vão do Ultralight ao Black Italic, permitindo compor hierarquias claras entre títulos, destaques e textos corridos.

Ultralight

Thin Italic

Light Italic

Regular

Medium

Semibold Italic

Bold

Heavy Italic

Black Italic

AaBbCc0123456789

!@#$%^&*()_+ç

SF Pro Display

Tipografia alternativa

A tipografia alternativa do Grupo Duo X é a Roboto. Ela substitui a SF Pro Display quando esta não está disponível, como em ambientes web, documentos internos e materiais editáveis por terceiros.

Está disponível nos pesos Light, Regular, Medium, Bold, Bold Italic e Black, cobrindo a mesma hierarquia de leitura da tipografia principal.

Light

Regular

Medium

Bold

Bold Italic

Black

AaBbCc0123456789

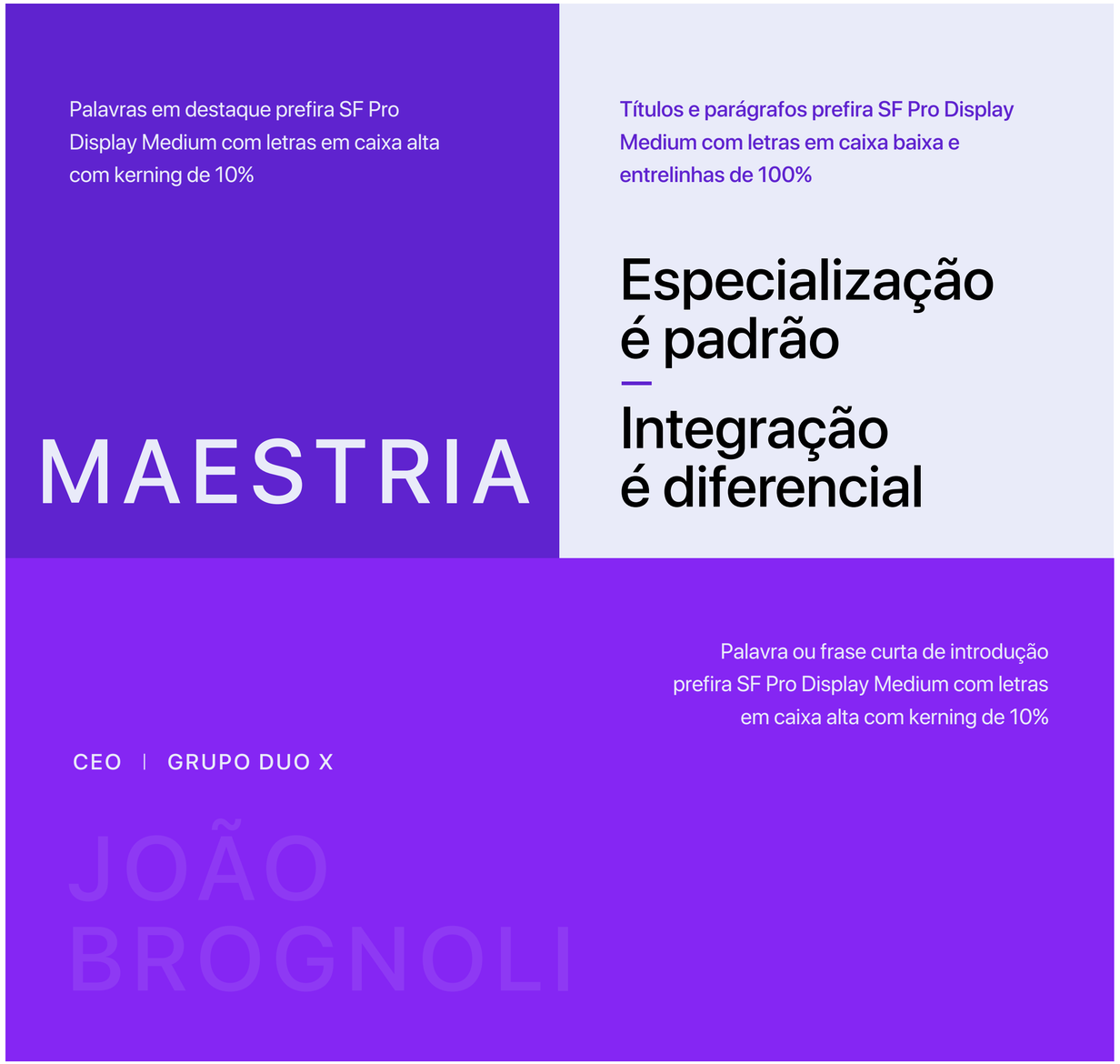
!@#$%ˆ&*()_+ç

Roboto

Hierarquia tipográfica

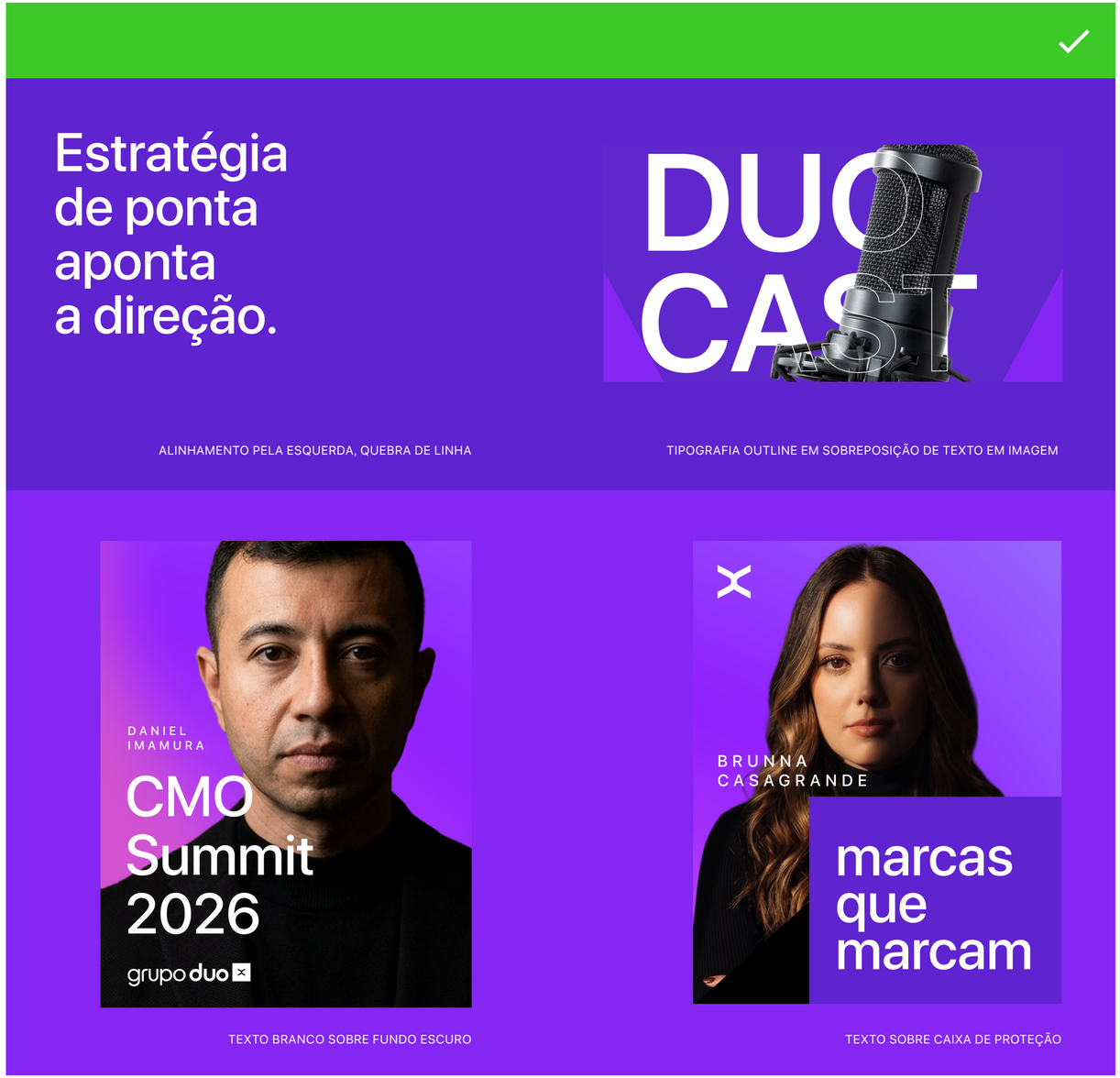
A hierarquia tipográfica organiza a leitura: títulos em SF Pro Display Medium a 64 pt, destaques em Medium a 72 pt, subtítulos em Regular a 36 pt e blocos de texto em Regular a 24 pt.

Ao construir materiais gráficos, cuide do bom espaçamento entre as linhas e equilibre as proporções dos estilos para uma leitura fluida, leve e agradável. Em blocos de texto com corpo muito pequeno, utilize a versão Medium com alinhamento de parágrafo à esquerda.



Usos corretos

Exemplos corretos de composição tipográfica: alinhamento pela esquerda com quebra de linha controlada, tipografia outline em sobreposição de texto em imagem, caixa de proteção em Roxo Maestro abaixo do texto e texto branco sobre fundo escuro.



Usos incorretos

Evite composições que comprometem a legibilidade e a consistência da marca: não utilize cores não previstas na paleta, não aplique texto roxo sobre fundo preto, não use tipografia em outline isolada e não aplique cor em palavras isoladas dentro do bloco de texto.



Logotipo

Versão principal

Esta versão da Marca traz a prioridade de seu uso: branco sobre Roxo Maestro, ou preto e Roxo Maestro sobre branco, para manter a sua integridade.



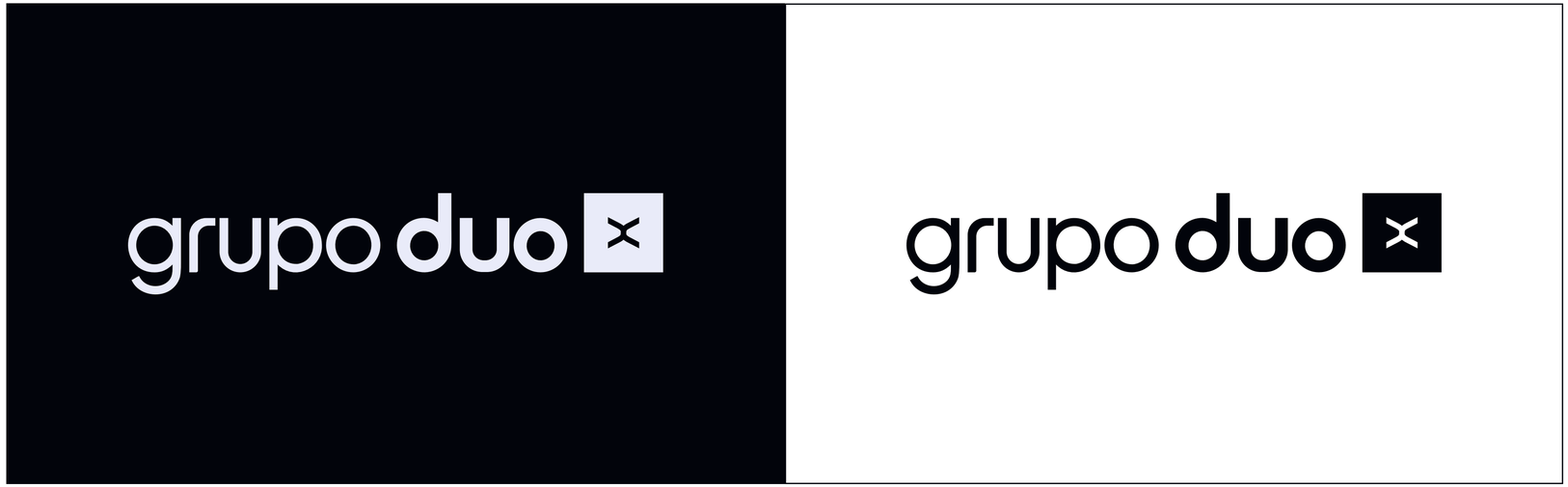
Versão com tagline

Para facilitar o aproveitamento de espaço da Marca com tagline, existem duas versões possíveis: vertical e horizontal. O critério de escolha deve ser o espaço disponível para aplicação, preferindo a versão que permita exibir a marca no maior tamanho.



Versão monocromática

A versão a traço, ou preta e branca, é recomendada somente quando houver restrição de cores e de tons na impressão, como em gravação a laser, flexografia etc.



Área de proteção

Para garantir a legibilidade e a integridade da Marca, devemos sempre manter um espaçamento mínimo ao seu redor, o que chamamos de área de proteção. Nenhum elemento gráfico deve invadir esse espaço, medido em função da altura do quadrado do símbolo, representado por "x". Este arejamento é válido para todas as versões da Marca.



Tamanho mínimo

Para que a Marca não perca a sua legibilidade, é fundamental respeitar o seu tamanho mínimo. Fatores como processo de impressão, suporte, matriz, cobertura da tinta e impressão em CMYK ou Pantone influenciam o resultado final.

Ao lado, as dimensões mínimas sugeridas para cada versão: 1,3 cm para meios impressos e 40 px para meios digitais.



1,3 cm / 40 px



1,3 cm / 40 px



1,3 cm / 40 px

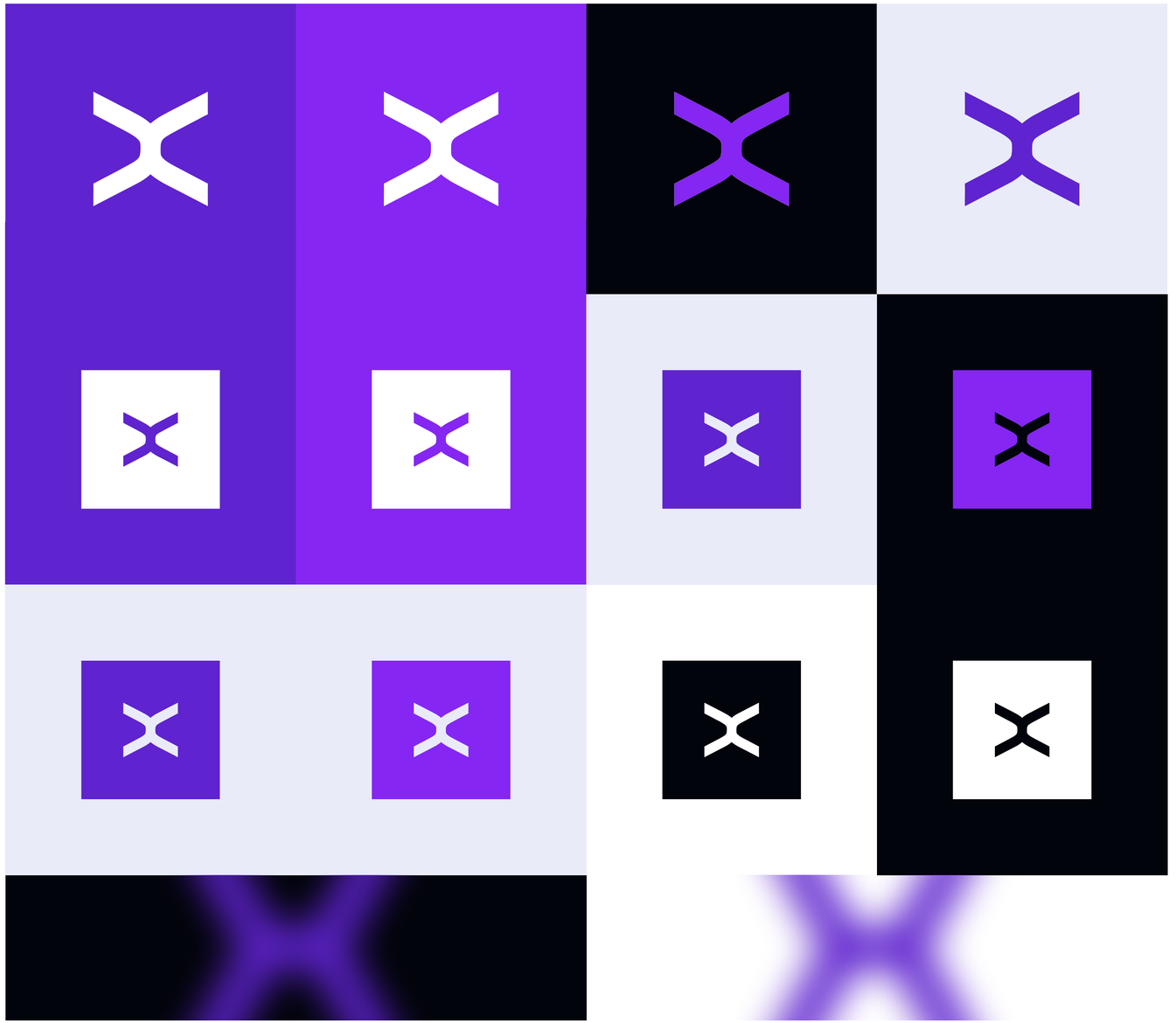
Usos indevidos

Para preservar a integridade da Marca: não aplicar transparência, não sobrepor símbolo e wordmark, não aplicar sombra ou efeitos gráficos, não rotacionar, não distorcer, não posicionar elementos dentro da grade de proteção, não utilizar cores não previstas e não aplicar o logotipo preto sobre fundo rosa.



Biblioteca de símbolos

O símbolo do Grupo Duo X possui combinações de cor previstas para aplicação sobre os fundos da marca, além das versões em grafismo desfocado. Não utilize cores ou variações que não estejam previstas nesta biblioteca.



NÃO UTILIZAR CORES OU VARIAÇÕES NÃO PREVISTAS NESSA PÁGINA

Identidade verbal

Grafia oficial

A grafia oficial da marca em texto corrido é Grupo Duo X, com G, D e X maiúsculos. Não utilizar a grafia sem o X, toda em caixa alta ou toda em caixa baixa, nem com o X elevado.

Grupo Duo X

G, D E X MAIÚSCULOS

GRUPO DUO X

GRAFIA TODA EM CAIXA ALTA

grupo duo x

GRAFIA TODA EM CAIXA BAIXA

Grupo Duo

GRAFIA SEM O "X"

Grupo Duo X

GRAFIA COM O "X" ELEVADO

Grupo Duox

GRAFIA SEM ESPAÇAMENTO COM O "X"

Grupo Duo&Co

GRAFIA MARCA ANTIGA

SOMOS

Sintéticos: extraímos clareza do caos; cada frase carrega decisão

Autoridade madura: tom de quem governa o resultado e dita o ritmo do mercado

Mentores: educamos com dados, método e visão macro; autoridade que compartilha

Provocadores sagazes: perspectiva contraintuitiva que força reavaliação da estratégia

Antecipadores: enxergamos variáveis ocultas (tema “cisne negro”) antes que o mercado force reação

Antecipadores: enxergamos variáveis ocultas (tema “cisne negro”) antes que o mercado force reação

NÃO SOMOS

Prolixos ou rasos: encher linguiça ou simplificar ao ponto do genérico

Arrogantes ou inflexíveis: a armadilha do Governante: controle excessivo, tom mandão

Professorais: condescendência, jargão vazio, “aula” sem aplicação prática

Sensacionalistas: gerar ansiedade com o futuro; provocamos a agir no presente

Reativos: comentar tendência depois que todo mundo já comentou

Simpáticos genéricos: sorriso de headshot de LinkedIn, tom de “agenciinha” descolada

Arquitetura verbal

A estrutura verbal do Grupo Duo X é dividida em três níveis de profundidade. O descritor, Holding de agências especialistas, é a ancoragem categórica usada junto ao logotipo. A tagline, O poder da síntese, é a assinatura institucional de fechamento. E o slogan, Estratégia de ponta a ponta, é a promessa em movimento das campanhas.

Cada elemento tem uma função específica para garantir que a percepção de holding de agências especialistas seja compreendida de forma imediata e inquestionável.



Slogan: usos incorretos

A linha que conecta o slogan tem regras próprias de integridade: não aplicar sombra, não usar linha pontilhada, não sobrepor a linha ao texto do slogan, não alinhar pelo topo nem pelo centro, não alterar a espessura, não rotacionar e não aplicar em rosa, azul ou cores não previstas.



Termo	Uso	No lugar de
Holding de agências especialistas	Descritor categórico, junto ao logo em apresentação primária	“grupo de agências”, “rede”
O poder da síntese	Tagline institucional, fechamento de peças	—
Estratégia de ponta a ponta	Slogan de campanha	“full service”, “360°”
Eficiência sistêmica	Conceito central de entrega	“sinergia”, “integração” genérica
Ultraespecialistas	As agências do grupo	“unidades”, “braços”
Orquestração / orquestrar	O papel da holding	“coordenar”, “gerenciar”
Governança (do investimento / de dados)	Prova de maturidade para C-level	“controle”

Frases-chave

"O poder da síntese é a habilidade máxima da liderança em extrair clareza do caos."

"No cenário de 2026, a especialização é padrão; o diferencial competitivo é a integração de inteligência."

"Entramos no jogo já ganhando, pois dominamos o contexto e os detalhes escondidos do negócio do cliente."

"Não é apenas marketing, é maestria."

"A especialidade, de forma separada, não garante a eficiência sistêmica."

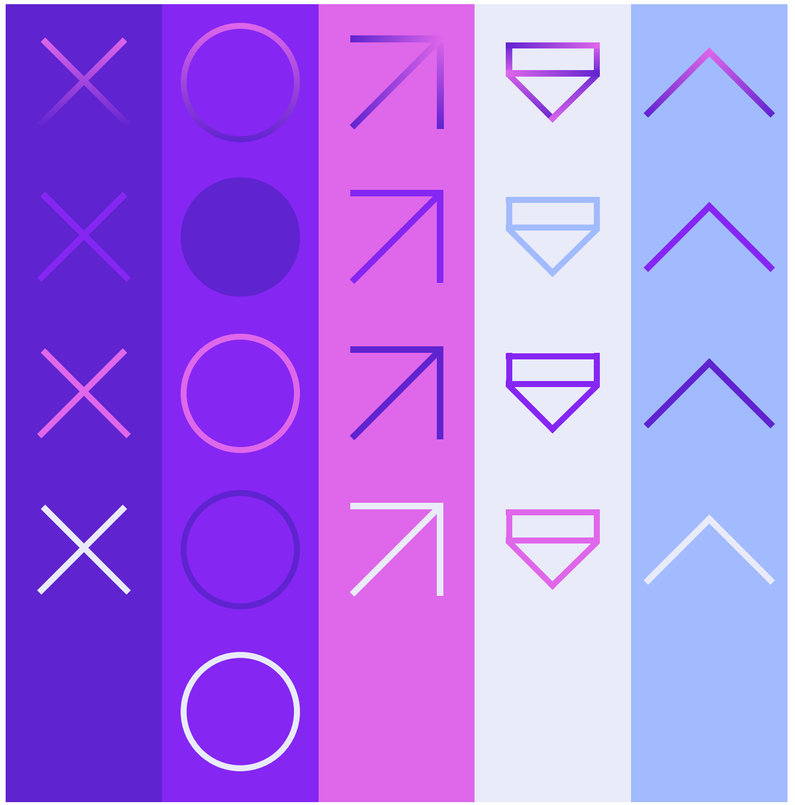
Grafismos e ícones

Ilustrações e ícones

Os ícones da marca nascem dos desdobramentos da "ponta", presente no slogan: de ponta a ponta, sem ponta solta, aponta a direção, na ponta do lápis e além da ponta do iceberg. Cada expressão gera um ícone próprio, construído sobre o grid de construção apresentado ao lado.







Linhas: exemplos e aplicação

A linha é o elemento gráfico de apoio da marca, aplicada sempre contínua, nas cores previstas da paleta e alinhada pela base do texto. Ao lado, exemplos de aplicação sobre fotografia e blocos de conteúdo.



Fotografia

Princípio conceitual

A linguagem fotográfica traduz a tagline "o poder da síntese": extrair clareza do caos. Contraste extremo entre luz e sombra, informação visual reduzida ao essencial (rosto, olhar, uma linha de luz) e o resto absorvido pelo negativo.

Se uma imagem não cria esse recorte de clareza no escuro, ela não está no padrão da marca, mesmo que seja tecnicamente bem executada.



Diretrizes

Casting com presença de liderança: postura ereta, olhar confiante e coerência com o tom sério e institucional da marca. Pose com olhar direto e sério, ou perfil introspectivo, queixo nivelado e gestos contidos.

Styling em preto ou tons próximos, com tecidos de textura sutil e acessórios minimalistas dentro da área de luz. Ambientação com luz dura e unilateral, sombra profunda sem preenchimento e fundo escuro com acento roxo.

Casting	Pose e expressão	Styling	Ambientação
✓ Presença de liderança: postura ereta, olhar confiante, coerência com o tom sério e institucional da marca.	✓ Olhar direto e sério, ou perfil introspectivo. Postura ereta, queixo nivelado, gestos contidos.	✓ Preto ou tons próximos, tecidos com textura sutil, acessórios minimalistas dentro da área de luz.	✓ Luz dura e unilateral, sombra profunda sem preenchimento, fundo escuro com acento roxo.
✗ Casting genérico de banco de imagens, poses sem conexão com a seriedade da marca.	✗ Sorriso aberto, pose candid, queixo baixo, expressão de simpatia genérica.	✗ Estampas, logos de terceiros, tecidos brilhantes, acessórios chamativos fora da luz.	✗ Luz frontal chapada, fill suavizando sombra, fundo branco limpo, cores quentes.



[PROMPT] Using the uploaded photo as reference for the subject's facial identity, likeness, and proportions, regenerate 4 versions of the portrait as an editorial leadership photograph with the following treatment: Lighting: single-source directional lighting positioned at roughly 90 degrees to the face (light coming from directly one side, not from near the camera). The transition between light and shadow should be a soft gradient, not a hard line but the end result must show a strong, unmistakable difference in brightness between the two sides of the face: one side clearly bright and lit, the other side clearly dim, deep, and losing detail into near-darkness. Think of one side of the face standing in daylight and the other side standing in a dim room not two sides of the same evenly lit room. Do not light the face frontally or near-frontally. Keep a faint warm undertone in the shadow, not cold or gray. No fill light to lift the shadow side. **Pose and expression**: direct serious gaze at camera, upright posture, chin level, no smile, calm and composed, cinematic still quality. **Wardrobe:** keep the subject in solid black or near-black clothing with subtle fabric texture, no patterns, no visible logos, matte finish. **Color and retouching:** full color photograph with

Paleta cromática e grading

A base tonal é dominada por preto e branco; a cor entra como acento violeta e azul, aplicada como luz de fundo em gradiente ou como blocos de cor no design.

Saturação baixa a média nos tons de pele, contraste geral alto com pretos densos e fundo preferencialmente escuro. Evitar grading quente ou dourado, tons pastéis e fundos brancos limpos sem intervenção gráfica.



Arquitetura de marca

O Grupo apresenta o Especialista

Logo do Grupo Duo X, ícone roxo e logo do especialista: a Holding dá um passo à frente para apresentar sua força tática. Usar em apresentações corporativas, credenciais do grupo, pitchings integrados e relatórios macro.

Ambos os logotipos são aplicados em versão monocromática; apenas o ícone de conexão recebe o Roxo Maestro. A composição segue uma malha horizontal simétrica, onde a unidade de medida (x) é o próprio ícone e a distância entre os elementos é de exatamente 1x.



SIGA O GRID DE CONSTRUÇÃO E SUAS PROPORÇÕES
SÓ SÃO PERMITIDOS LOGOTIPOS MONOCROMÁTICOS. O ÚNICO SÍMBOLO PERMITIDO NA COMPOSIÇÃO É O SÍMBOLO DO GRUPO.

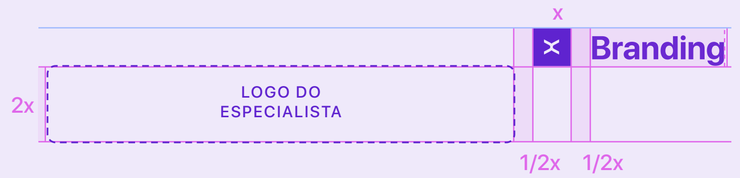
USE SEMPRE OS LOGOS VIGENTES DAS AGÊNCIAS, DISPONÍVEIS NA PASTA DA MARCA.



Identificação de especialidade

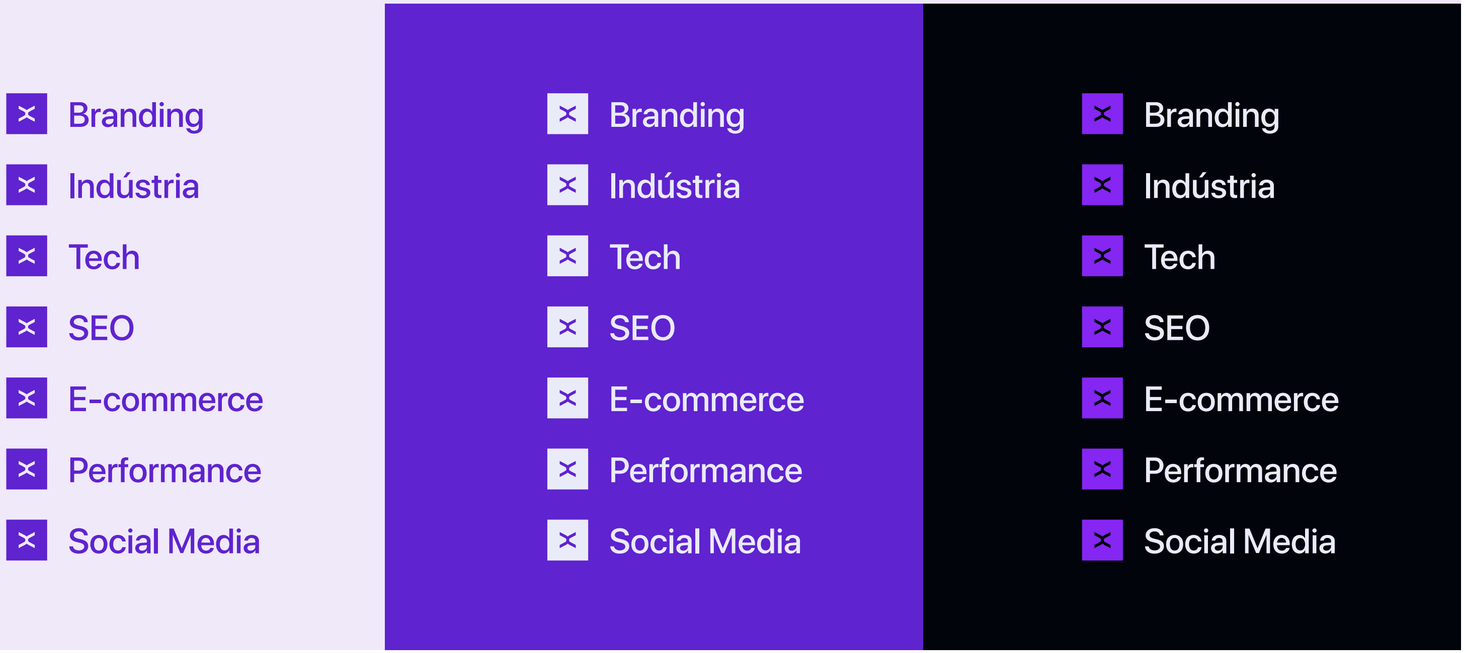
Logo do especialista, ícone do Grupo Duo X e descritivo da especialidade em roxo: destaca a agência através da sua vertical de atuação dentro da holding. Ideal para materiais segmentados, assinaturas de diretores técnicos e prospecção focada em um serviço único.

O logotipo da agência entra em versão monocromática; o ícone e a especialidade, obrigatoriamente em roxo. A tipografia do especialista tem altura de 2x, o descritivo tem 1x e os distanciamentos são de 1/2x.



SIGA O GRID DE CONSTRUÇÃO E SUAS PROPORÇÕES

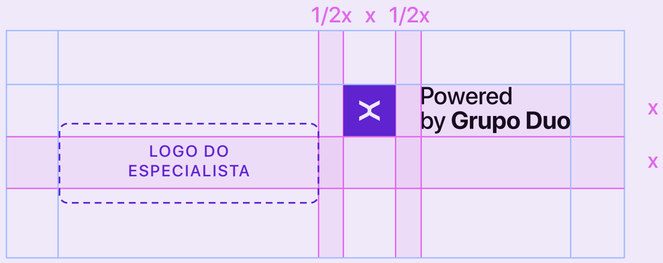
USE SEMPRE OS LOGOS VIGENTES DAS AGÊNCIAS, DISPONÍVEIS NA PASTA DA MARCA.



O Especialista chancelado pelo Grupo

Logo do especialista com o selo Powered by Grupo Duo: o especialista é o protagonista, carregando o peso do nosso backoffice. Usar quando a agência é a marca principal da negociação: propostas de serviço único, redes sociais e e-mail marketing do especialista.

O logotipo do especialista pode manter as cores originais ou entrar em versão monocromática; o ícone do selo permanece sempre em roxo. Tipografia do especialista a 2x, distanciamentos de 1/2x e área de proteção mínima de x.



SIGA O GRID DE CONSTRUÇÃO E SUAS PROPORÇÕES
É PERMITIDO UTILIZAR AS CORES PRINCIPAIS DA MARCA DO ESPECIALISTA.

USE SEMPRE OS LOGOS VIGENTES DAS AGÊNCIAS, DISPONÍVEIS NA PASTA DA MARCA.

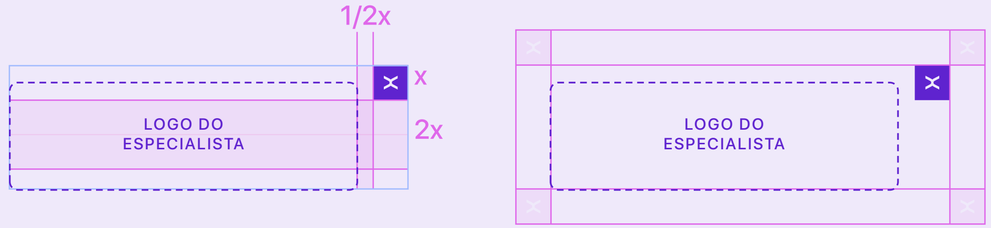




Chancela: versão secundária

Versão responsiva e minimalista do endosso: logo do especialista e ícone do Grupo Duo X. Para materiais secundários, assinaturas de e-mail simplificadas, avatares e rodapés, onde o texto Powered by Grupo Duo ficaria comprometido.

Tipografia do especialista a 2x, respiro de 1/2x entre o logotipo e o ícone e área de proteção mínima de x. O ícone é sempre aplicado em roxo, contrastando com a versão monocromática do especialista.



SIGA O GRID DE CONSTRUÇÃO E SUAS PROPORÇÕES
É PERMITIDO UTILIZAR AS CORES PRINCIPAIS DA MARCA
DO ESPECIALISTA NOS CENÁRIOS DE CHANCELA DO GRUPO.

USE SEMPRE OS LOGOS VIGENTES DAS AGÊNCIAS, DISPONÍVEIS NA PASTA DA MARCA.

O Grupo representado pelo Especialista

Logo do Grupo Duo X em destaque com o selo Representado por: a chancela corporativa abre portas para a execução profunda. Para materiais institucionais em que o grupo detém o contrato, mas a entrega tática é operada integralmente por uma das agências.

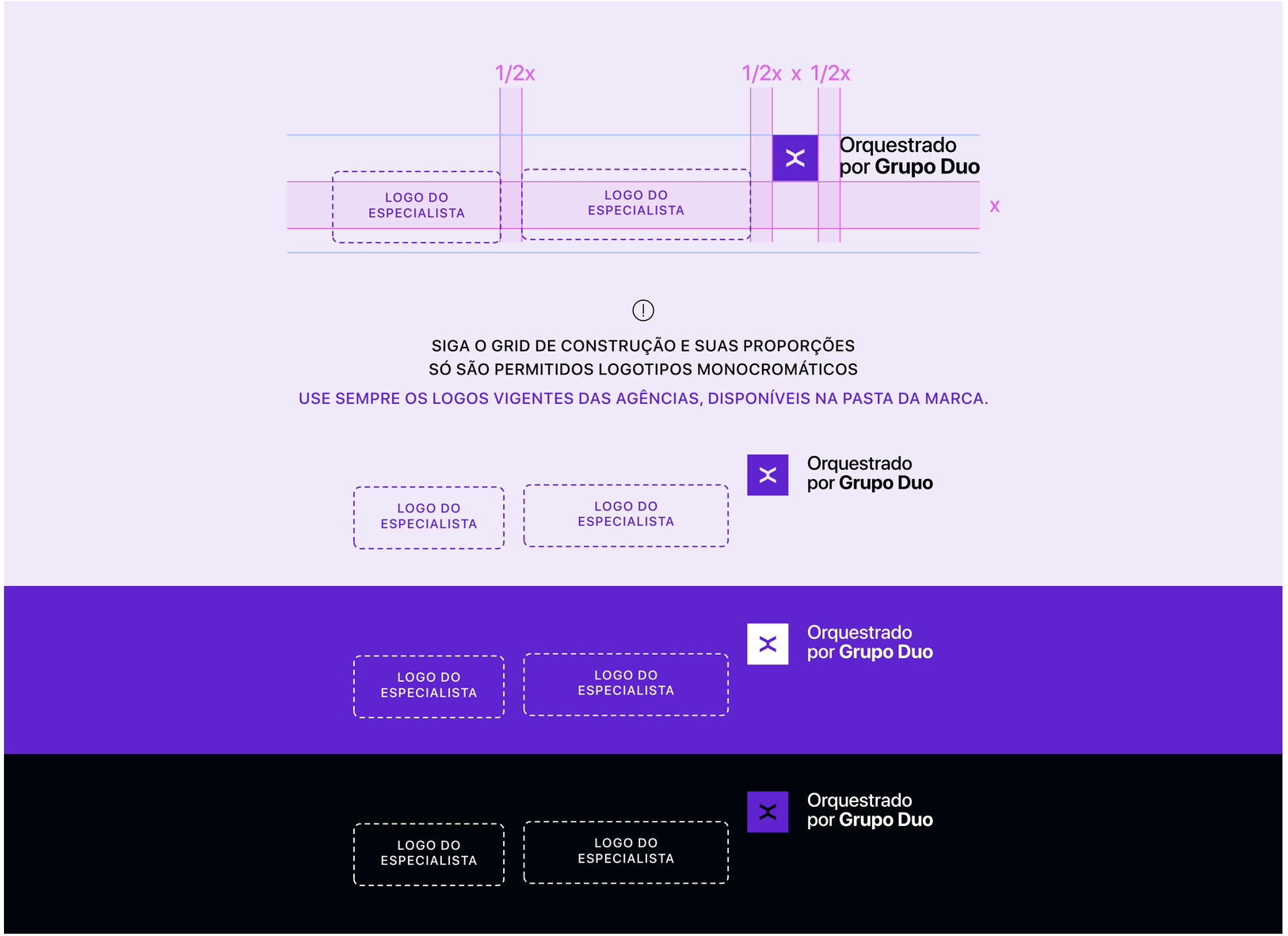
O logo ganha protagonismo no layout, acompanhado do selo retangular com o ícone roxo e o texto de representação alinhados à direita.



Collabs e integrações

Logos dos especialistas, ícone roxo e selo Orquestrado por Grupo Duo: quando os ultraespecialistas se unem para entregar estratégia de ponta a ponta. Exclusivo para ações conjuntas, eventos co-patrocinados, materiais ricos e campanhas colaborativas.

Neste cenário os logotipos dos especialistas são aplicados em versão monocromática, sem as cores originais. Os logotipos têm a altura do ícone do selo (x), separados entre si por 1/2x, e o selo de orquestração entra sempre à direita da composição.



Exemplos de uso: 6B Partners

Os seis cenários da arquitetura de marca aplicados com a 6B Partners, como referência de uso. Para qualquer outra agência do grupo, siga a mesma construção e use sempre o logo vigente, disponível na pasta da marca.



O GRUPO APRESENTA
O ESPECIALISTA



IDENTIFICAÇÃO
DE ESPECIALIDADE



O ESPECIALISTA
CHANCELADO PELO GRUPO



CHANCELA:
VERSÃO SECUNDÁRIA



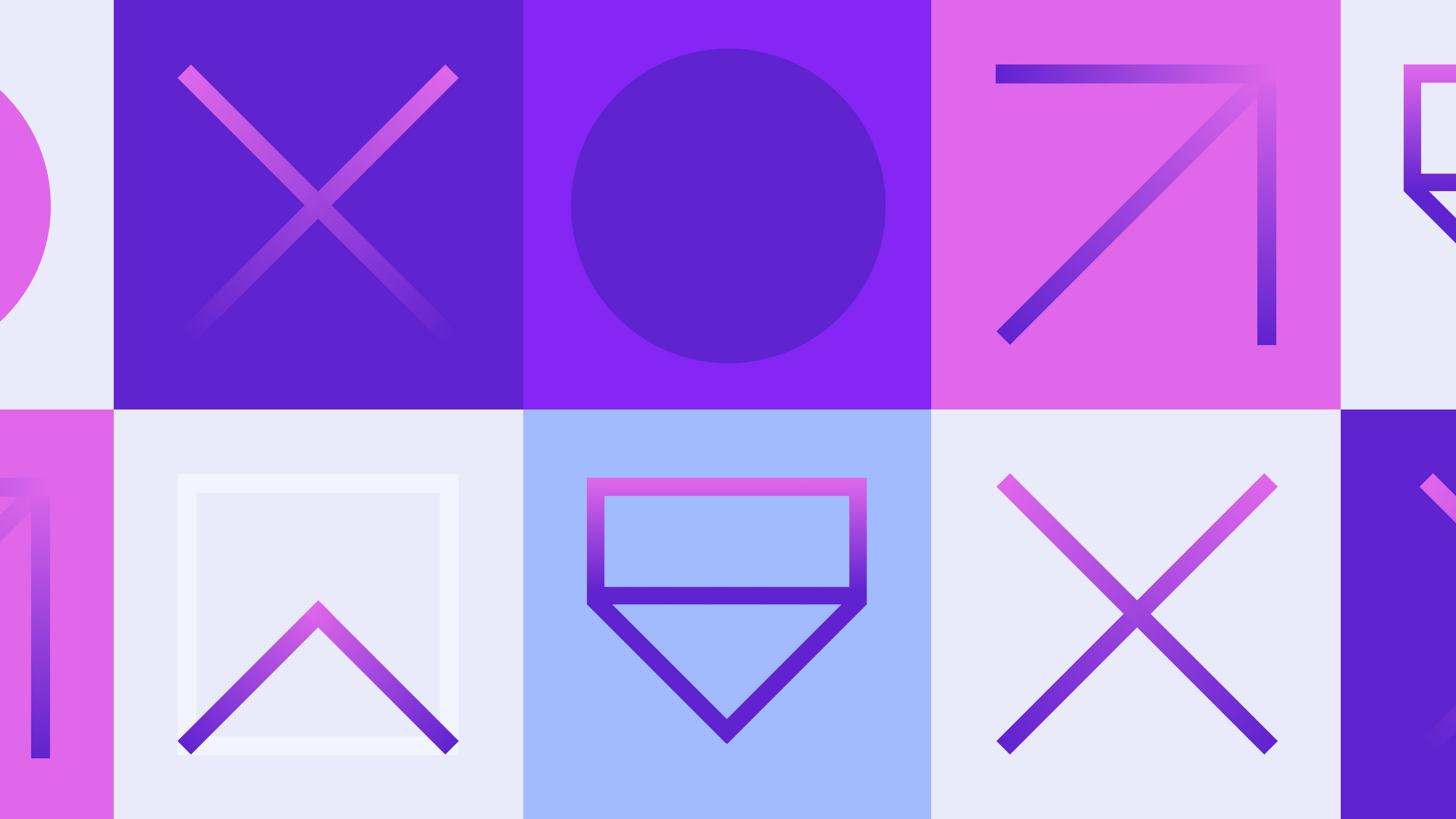
O GRUPO REPRESENTADO
PELO ESPECIALISTA



COLLABS E
INTEGRAÇÕES

Aplicações

Estratégia de ponta a ponta




Estratégia
de ponta
a ponta
grupo duo
Estratégia
de ponta
a ponta
grupo duo

HOLDING

Só é estratégia de ponta se aponta a direção.

SAIBA MAIS

Inovar não significa ser caro.

por João Brognoli

por Eduarda Zuliani



Fique por dentro da Duo

Ecossistema
é o nome
do jogo.
E a gente está
acelerando
forte _



CEO | GRUPO DUO

JOÃO BROGNOLI

grupo duo

GRUPO DUO NA CMO SUMMIT 2026

Ecossistema
é o nome
do jogo.
E a gente está
acelerando
forte _



CEO | GRUPO DUO

JOÃO
BROGNOLI

grupo duo

GRUPO DUO NA CMO SUMMIT 2026

Acreditamos que a estratégia integrada serve para uma única coisa: ditar a direção do mercado e o resultado do cliente.



com:

EDUARDA ZULIANI

grupo duo

21 NOV

BRT/FNT

18:00

INSTAGRAM/GRUPODUO.X


Integramos branding, growth,
marketing e tecnologia para
construir valor em todas
as frentes do digital.
com:
EDUARDA
ZULIANI
grupo duo
21
NOV
BRT/FNT
18:00
INSTAGRAM/GRUPODUO.X
Integramos brandin
marketing e tecnolo
construir valor em t
as frentes do digita
grupo duo

MULTIPLICAÇÃO E CONVERGÊNCIA ESTRATEGICA

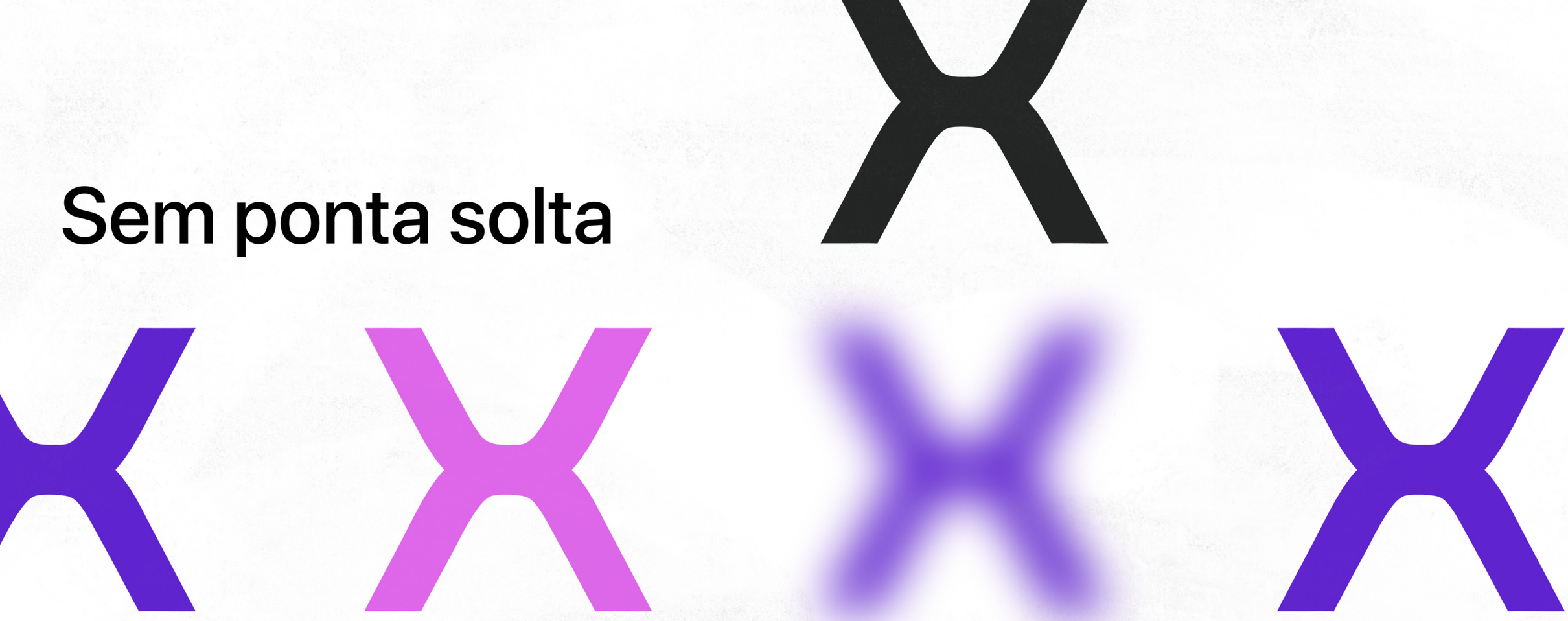
STARTING SOON



21:09

ECOSSISTEMA DE SOLUÇÕES 360°

Sem ponta solta





Estratégia

ASSINATURA DE EMAIL

Nova Mensagem

Para

Assunto



grupo duo

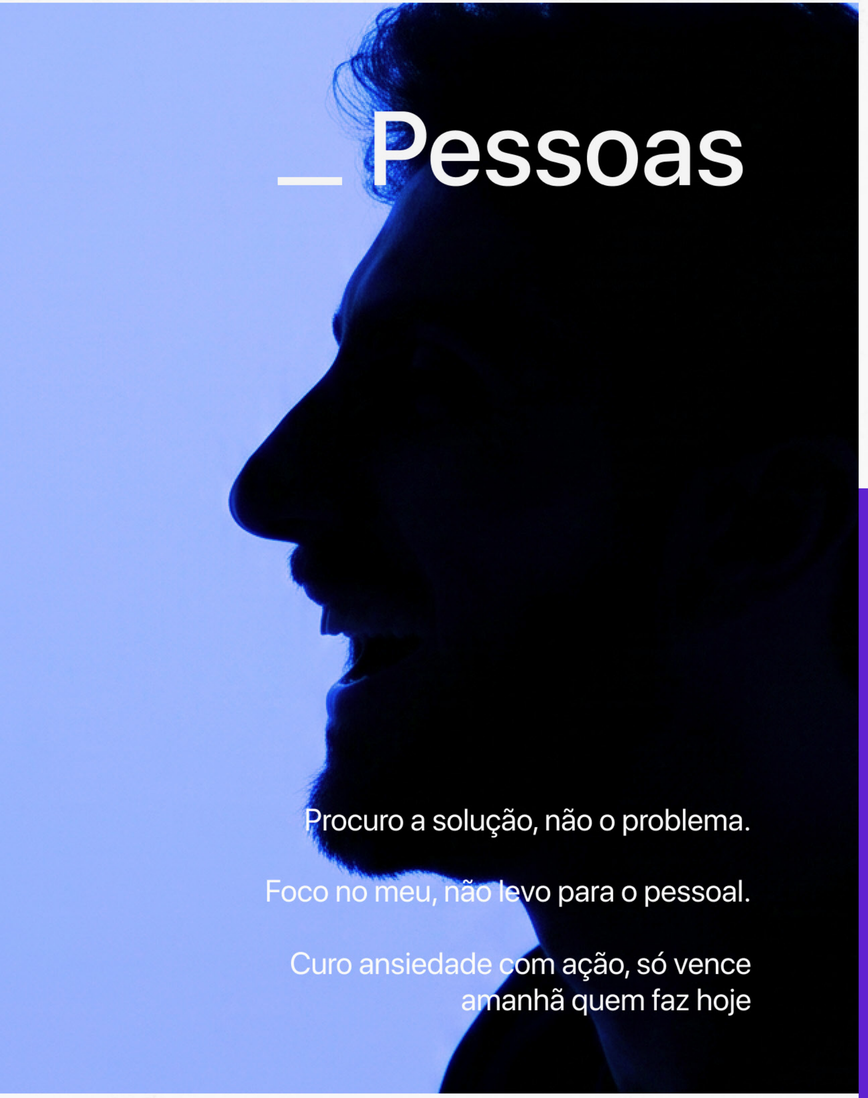
João Brognoli

CEO

joao.brognoli@duo.studio

+55 11 98378 9827

Enviar



_ Pessoas

Procuro a solução, não o problema.

Foco no meu, não levo para o pessoal.

Curo ansiedade com ação, só vence amanhã quem faz hoje



Autoridade _

O mais conhecido vence o melhor.

Me prepara para onde quero chegar, não para onde estou.

Atitude, posicionamento e ação.



_Resultados

Decisão baseada em OKR.

Pare e pense.

Intencionalidade gera resultado.

BRANDBOOK

2026

grupo duo