

HI-Lab

Hybrid Intelligence Laboratory

Identidade visual do laboratório de pesquisa sobre a colaboração entre humanos e sistemas de inteligência artificial. Documento de referência para uso interno e para parceiros acadêmicos, institucionais e empresariais.

Universidade Federal de Goiás
hilab.ufg.br

1. Posicionamento

A marca deve soar como um instituto de pesquisa, não como uma empresa de tecnologia. Três atributos governam cada decisão gráfica:

- **Autoridade** — estrutura visível, grade rígida, hierarquia tipográfica clara.
- **Reputação** — vínculo explícito com a Universidade Federal de Goiás e com o método científico.
- **Confiança** — sobriedade, contraste alto, ausência de ornamento.

A agenda de pesquisa do laboratório abrange inteligência híbrida, adoção tecnológica, tomada de decisão, comportamento humano e implicações cognitivas da interação com sistemas inteligentes. A identidade foi construída para permanecer válida à medida que novas linhas fossem incorporadas.

Nunca representar o tema com cérebros, sinapses, redes de nós, robôs, circuitos, chips ou gradientes tecnológicos. Esses códigos são genéricos e contradizem o posicionamento de uma pesquisa rigorosa.

2. O conceito da marca

O símbolo é composto por três elementos indissociáveis:

- **H** — o componente humano: julgamento, contexto, intenção.
- **I** — a inteligência computacional: amostra, modelo, inferência.
- **A barra azul** — a interação: conexão e transformação. É o elemento conceitualmente central, porque a inteligência híbrida não está no H nem no I isoladamente, mas naquilo que acontece quando as duas capacidades interagem.

A barra atravessa as duas letras passando por cima de umas hastes e por baixo de outras, como um tecido e continua além delas, sinalizando um território de pesquisa aberto. Seu ritmo vai do **contínuo** ao **discreto**, passando por uma zona de **transformação**.



Versão principal · aplicação preferencial em fundo claro

Serifas do I (largura)	2,53 u
------------------------	--------

Barra (espessura)	1 u, na meia-altura
-------------------	---------------------

Progressão dos módulos	razão fixa de $2/3$ · seis módulos
------------------------	------------------------------------

Vão entre módulos	0,27 u, constante
-------------------	-------------------

A progressão da barra é uma série geométrica de razão $2/3$: cada módulo tem dois terços da largura do anterior, com vãos constantes. Nunca redesenhar os módulos "a olho".

4. Versões da marca

4.1 Principal

Letras em tinta (#0E1418) e barra em azul (#0B5BFF), sobre papel claro. Uso preferencial em todas as aplicações.

4.2 Negativa

Letras em papel claro (#F5F4F1) sobre tinta, barra mantendo o azul. O azul nunca muda de papel: é sempre a barra.



Versão negativa · fundos escuros

4.3 Uma cor

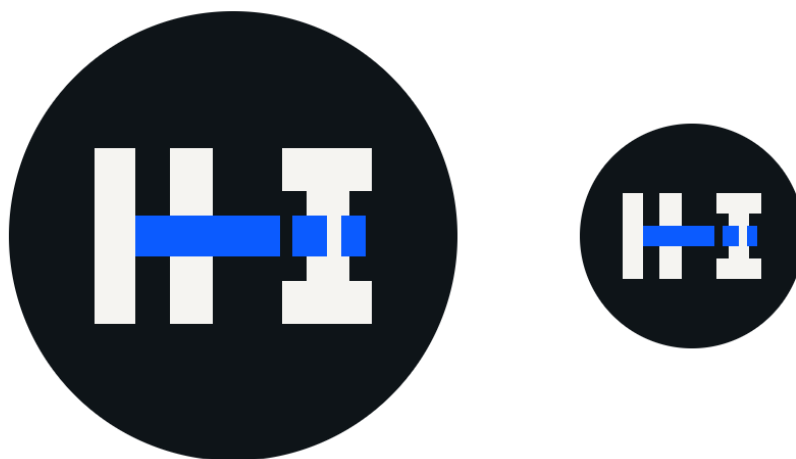
Toda a marca em tinta única, para gravação, serigrafia, carimbo, fax, documentos monocromáticos e impressão a preto.



Versão em uma cor • gravação e impressão monocromática

4.4 Versão óptica (pequenas dimensões)

Desenho próprio para uso abaixo de 60 px: traço mais pesado e progressão reduzida a dois módulos maiores. **Não reduzir a versão principal** nessa escala; os módulos finais desaparecem ou viram ruído.



Versão óptica • WhatsApp, favicon, avatares de redes sociais

APLICAÇÃO	LARGURA MÍNIMA	VERSÃO
Impressos e apresentações	40 mm	Principal
Tela, acima de 60 px	60 px	Principal
Avatar, favicon, ícone	16 px	Óptica

6. Assinatura completa

A assinatura reúne o símbolo, o nome curto **HI-Lab** e o nome completo **Hybrid Intelligence Laboratory**, separados por um filete de 1 px. Em peças em português, acrescentar “Laboratório de Inteligência Híbrida” na linha seguinte ao nome em inglês.



Assinatura horizontal • site, slides, relatórios, papelaria

O símbolo pode aparecer sozinho apenas em avatares, favicons e aplicações em que o nome esteja evidente no contexto imediato. Em apresentações, relatórios, site, conferências e comunicação institucional, usar sempre a assinatura completa.

6.1 Assinatura institucional com a UFG

Em peças oficiais, a marca da Universidade Federal de Goiás entra à direita, separada por filete, em sua cor original. O azul institucional da UFG (#0072B9) pertence à universidade e não é usado como cor do HI-Lab.



Assinatura institucional • confirmar medidas exigidas no manual de uso da marca UFG antes da impressão

7. Cor

COR	AMOSTRA	HEX	RGB	USO
Tinta		#0E1418	14 20 24	Texto e fundos densos. Cerca de 70% do uso.
Papel		#F5F4F1	245 244 241	Fundo padrão. Branco levemente quente.
Azul HI-Lab		#0B5BFF	11 91 255	Cor da marca. Barra, acento, números, divisores.
Grafite		#6C7176	108 113 118	Texto secundário e legendas.
Filete		#DCD9D3	220 217 211	Linhas, divisores, régua.
Azul UFG		#0072B9	0 114 185	Exclusivo da marca da universidade.

Valores CMYK devem ser fechados com a gráfica a partir do perfil de cor do material, tomando o HEX como referência. O azul #0B5BFF é vibrante em RGB e exige prova impressa antes de tiragens grandes.

8. Tipografia

FUNÇÃO	FONTE	PESO	USO
Títulos	Newsreader	300	Títulos, citações de campo. Tracking -0,02em.
Texto	IBM Plex Sans	300 / 600	Corpo, interface, slides. Peso 600 no nome e em números.
Rótulos	IBM Plex Mono	400	Metadados, numeração, legendas. Caixa-alta, tracking 0,14em.

As três famílias são de uso livre (SIL Open Font License) e estão disponíveis no Google Fonts. Em documentos do Office em que essas fontes não estejam instaladas, usar **Georgia** no lugar de Newsreader, **Calibri** no lugar de IBM Plex Sans e **Consolas** no lugar de IBM Plex Mono. Tamanho mínimo absoluto: 24 px em slides de 1920 × 1080; 9 pt em documentos impressos.

9. A barra como gramática visual

A barra é mais do que um componente do logotipo: é a gramática visual do laboratório. Aplicada isoladamente, mantém a identidade reconhecível mesmo quando a marca não está presente.



Progressão contínuo → transformação → discreto • série de razão 2/3

Aplicações previstas

- **Régua de seção** — substitui o filete comum em títulos de seção, capítulos de relatório e cabeçalhos de slide.
- **Indicador de progresso** — em apresentações, quanto mais discreta for a progressão, mais adiante na exposição.
- **Travessia de capa** — atravessa a peça inteira e se resolve na margem.
- **Padrão vertical** — girada 90°, organiza posts, banners e capas verticais.
- **Animação** — a transição de contínuo para discreto (e o inverso) é a única animação própria da marca.

Regra: a barra é sempre azul sobre fundos claros ou escuros; sobre fundo azul, torna-se branca. Nunca em outra cor, nunca com gradiente, nunca inclinada.

10. Usos indevidos



Da esquerda para a direita: gradiente ou cor fora da paleta • rotação ou distorção • troca da cor da barra • cantos arredondados

- Não aplicar gradientes, sombras, brilhos ou contornos.
- Não rotacionar, espelhar, condensar ou expandir a marca.
- Não alterar a cor da barra nem a das letras fora das versões previstas.
- Não arredondar os cantos nem alterar a espessura relativa das hastes.
- Não redesenhar os módulos da progressão nem alterar seus vãos.
- Não aplicar a marca sobre fotografias, texturas ou fundos de baixo contraste.
- Não substituir a tipografia da assinatura.
- Não usar a versão principal abaixo de 60 px — usar a versão óptica.

11. Aplicações principais

11.1 Avatar de redes sociais e WhatsApp

Arte quadrada de 1080 × 1080 px, versão óptica centrada, símbolo a 62% da largura, fundo tinta (padrão). Versão em fundo claro apenas quando a interface do aplicativo já for escura. Nunca incluir o nome escrito, a marca da UFG ou moldura no avatar.

11.2 Assinatura de e-mail

Largura de 600 px, alinhamento à esquerda, símbolo à esquerda separado por filete de 1 px dos dados do pesquisador: nome, cargo, laboratório e nome completo em caixa-alta mono, seguidos de site e e-mail em azul. Sem foto, sem ícones de redes sociais, sem frase motivacional.

11.3 Apresentações

Formato 1920 × 1080 px, margem de 96 px, grade de 12 colunas com calha de 48 px. Apenas dois fundos ao longo do deck (tinta e papel), com divisores em azul cheio a cada quatro a seis slides. O símbolo aparece somente na capa e no encerramento; nos slides internos a identidade é sustentada pela barra e pela tipografia. Um número grande por slide, sempre em azul.

11.4 Site

Assinatura horizontal no cabeçalho, fundo tinta no cabeçalho e no rodapé, corpo em papel. A barra atravessa a área do herói e organiza os títulos de seção. Favicon na versão óptica, 16 e 32 px.

11.5 Impressos e papelaria

Papel de carta A4 com assinatura no topo à esquerda e marca da UFG à direita; rodapé com nome completo e site em mono. Pôsteres e banners de evento usam a barra como travessia e a assinatura no pé da peça.

12. Arquivos e contato

Os arquivos de marca (versões principal, negativa, uma cor e óptica, em formatos vetoriais e PNG), o modelo de apresentação e as artes de avatar são mantidos pelo laboratório e devem ser solicitados antes de qualquer aplicação nova. Não recriar a marca a partir de capturas de tela ou deste documento.

HI-Lab • Hybrid Intelligence Laboratory

Universidade Federal de Goiás

hilab.ufg.br

Manual de marca • versão 1.0 • 2026 • documento sujeito a revisão