

PET LETRAS UFAL: A CONSTRUÇÃO DE UMA IDENTIDADE VISUAL

PET LETRAS UFAL: THE MAKING OF A VISUAL IDENTITY

Victor Mata Verçosa¹

Resumo: O presente relato rememora eventos e episódios da história do PET Letras Ufal, a partir do ano de 2011, que inspiraram a produção de uma identidade visual mais coesa e constante nas iniciativas do grupo. A última década foi marcada tanto pela expansão como pela consolidação da presença digital dos grupos PET como um todo. Isto marcou a transição da comunicação tradicional dos grupos PET para além dos canais institucionais de suas universidades e a incorporação de estratégias mais adequadas às mídias sociais e seu forte apelo quanto ao uso de elementos audiovisuais. Esta adequação aos tempos se traduz em um maior apelo aos recursos gráficos e visuais nos eventos e produções dos grupos PET, bem como em abordagens comunicativas mais próximas da comunidade acadêmica e do público em geral por intermédio de redes sociais. A partir do ano de 2011, o grupo PET do curso de Letras da Universidade Federal de Alagoas promoveu uma série de iniciativas que consolidaram uma identidade visual distinta e coerente para todos os seus projetos e documentos. Isto representou uma postura modernizante do grupo, então em preparação para as comemorações do seu vigésimo quinto aniversário. A identidade visual produzida pelo PET Letras Ufal em 2011 foi, portanto uma base para a imagem institucional desenvolvida pelo grupo ao longo da década de 2010.

Palavras-chave: PET Letras Ufal. Identidade visual. Comunicação institucional

Abstract: This is a discussion on events and episodes from the history of PET Letras Ufal beginning from 2011, which inspired the creation of a new, cohesive visual identity for the group. The 2010's were a decade of expansion and consolidation of the digital presence of PET teams as a whole. This decade was also a turning point for the usual strategies of communication of the teams beyond official platforms of networking inside the Brazilian university ecosystem. Social media and audiovisual resources are now commonplace in PET's communication practice and this approach has bridged gaps between PET, the university as a community and even beyond that. From 2011 onwards, PET Letras Ufal has rebranded itself with a bigger emphasis on visual identity and advertising in most of its initiatives. This has relaunched PET Letras' image as that of a modern and fresh team of young scientists and students just in time for the teams 25th anniversary celebrations. PET Letras's 2011 visual identity stands to this day as a template for the public image developed by the team during the last decade

Keywords: PET Letras Ufal. Visual identity. Institutional communication

1. Introdução

O ano de 2011 foi o primeiro de um ciclo de três anos que representam marcos temporais importantes para compreender a história do PET Letras Ufal na década de 2010 por

¹ Graduado em Letras Português pela Universidade Federal de Alagoas. Participou do PET Letras Ufal no período de 2010 a 2012.

uma série de acontecimentos e iniciativas que modificaram as maneiras com as quais o grupo conduzia suas atividades na Faculdade de Letras e na Universidade Federal de Alagoas. Foi um ano marcado pelas comemorações dos 50 anos da Ufal, que antecederam as comemorações dos 60 anos do Curso de Letras, em 2012, e os 25 anos do PET Letras Ufal e, conseqüentemente, dos grupos PET de Alagoas em 2013.

De modo geral, 2011 foi um ano de intensa expansão e transformação do Programa de Educação Tutorial em todo o país, mas as bases deste período foram estabelecidas ainda no ano anterior. As principais mudanças vieram como resultado da publicação de dois importantes documentos: a Portaria 976 do MEC, em 27 de julho de 2010, bem como o Edital nº 9, de 2 de agosto do mesmo ano. As novidades de maior impacto trazidas pela portaria e pelo novo edital foram a determinação de um período máximo de seis anos (3 anos renováveis por mais 3) de tutoria aos docentes que lideravam grupos PET, além de propor o estabelecimento de grupos PET sob arranjos novos, tais como os PETs Conexões de Saberes e os chamados PETs temáticos, que são grupos ligados a mais de um curso de graduação e com uma forte vocação interdisciplinar. Tudo isto provocou um impacto imediato em grupos PET por todo o Brasil, principalmente quanto às mudanças de tutoria em muitos grupos.

Essas novidades dominaram os debates nos fóruns regionais e nacionais do programa desde a publicação da portaria do MEC e do edital. De imediato, muitos grupos PET deram início a processos seletivos para novos professores tutores, como foi o caso do PET Letras da Ufal, que trabalhava sob liderança da Professora Maria Denilda Moura, fundadora e tutora do primeiro programa em Alagoas desde seu estabelecimento no ano de 1988.

Paralelamente a isto, em 2010, os (então) cinco grupos PET da Universidade Federal de Alagoas estavam em pleno desenvolvimento do X Encontro Nordeste dos Grupos PET: *PET+10: reencontro para novas ideias*, realizado na Ufal entre 3 e 6 de fevereiro de 2011. A Ufal receberia a comunidade nordestina pela primeira vez desde 2004 e com a grande responsabilidade de ser o primeiro evento regional a discutir os impactos e desafios do novo momento do Programa de Educação Tutorial. O X Enepet foi também o primeiro evento regional a contar com a presença de grupos PET formados segundo o edital nº 9. No caso específico da Ufal, o PET mais que dobrou de tamanho, passando dos 5 grupos sediados em Maceió para 12 PETs espalhados por todos os campi da universidade.

Cerca de três meses antes do início do X Enepet e em conformidade com a portaria 976, o PET Letras Ufal conclui seu primeiro processo seletivo de tutoria com a aprovação da Professora Núbia Rabelo Bakker Faria, que sucedeu a Professora Maria Denilda Moura na

única ação do grupo a contar com uma identidade gráfica especialmente elaborada e aplicada em vários suportes (digital, impressão e serigrafia) era a Semana de Letras. A partir do Nivelamento 2011, o cargo de comunicação passou a desenvolver identidades e peças de divulgação para os demais eventos do grupo, notadamente os de ensino e extensão. Este foi o evento que aposentou a marca *PET Letras Ufal* usada até o momento.



Marca PET LETRAS UFAL em vigor até fevereiro de 2011

2. A forma de uma ideia...

Os encontros regionais e nacionais do PET promovem muitos intercâmbios de ideias e práticas. Sediado o regional de 2011 com grande êxito foi motivo de entusiasmo para os grupos PET da Ufal. Durante os dias do evento, nos intervalos das intensas atividades do X Enepet, a comunicação do PET Letras Ufal planejava a criação de uma nova imagem que traduzisse o presente do grupo, bem como que pudesse inspirar um espírito mais criativo, dinâmico e contemporâneo para projetos futuros. A criação da nova marca foi acordada pelos petianos em 9 de fevereiro de 2011, na primeira reunião ordinária do grupo após o término do Enepet.

Isso posto, a marca usada pelo grupo até então representava elementos em triplicidades: as três letras *P E T*, o tripé universitário, três cores primárias, três páginas de um mesmo livro. O sombreamento, os contornos pretos e a tipografia transmitem densidade a este símbolo. A imagem do livro é especialmente alusiva a uma noção da língua enquanto tradição escrita e ao papel da Licenciatura em Letras como curso formador de docentes de língua e literatura.

Dentre todos estes elementos, foi inicialmente decidido que, para representar um novo ciclo de ideias, a nova marca teria um menor destaque na definição de contornos e uma ênfase no uso de formas mais livres, sem o apelo à imagem do livro como portador privilegiado da manifestação linguística. Ao mesmo tempo, uma nova marca deveria ser facilmente legível, sendo composta essencialmente por tipografia e, se possível, conservar pelo menos alguns dos elementos cromáticos do símbolo usado até então, posto que, para o grupo, representar o novo ciclo do PET Letras Ufal deveria significar não uma ruptura, mas o desenvolvimento de uma

nova etapa a partir da história construída até aquele momento: uma nova forma, mas com a mesma rima de cores.



Rascunhos das propostas “Eco” 1 e 2 para nova marca PET Letras Ufal

Os primeiros rascunhos acabaram sendo experimentações com tipografias pouco legíveis e excessivamente estilizadas. Os elementos redundantes tornaram estas composições prolixas para as necessidades do PET, cuja marca precisaria ser versátil o suficiente para uma grande diversidade de usos. Estas propostas foram logo descartadas e não foram submetidas à aprovação do grupo.



Rascunho da proposta “Urbana” para nova marca PET Letras Ufal

Uma outra proposta não apresentada teve como objetivo resgatar os usos mais espontâneos, urbanos e até transgressores da linguagem, com as letras *PET* em disposição reminiscente às artes do lambe-lambe e do grafite. Esta imagem já apresenta uma ideia mais bem definida do que a do conceito anterior, mas as formas vazadas e o excesso de espaço negativo prejudicam sua legibilidade.



Rascunho da proposta “Scrabble” para nova marca PET Letras Ufal

A proposta acima traz como conceito uma brincadeira com o famoso jogo de palavras cruzadas. É uma apresentação lúdica, um pouco menos estilizada do que as demais e

relativamente mais conservadora. Sendo mais simples, este rascunho poderia ser desdobrado em uma família de elementos gráficos secundários de apoio, mas a proporção entre o branco e as demais cores reduz seu apelo visual e a proposta foi descartada antes de ser submetida ao grupo.



Rascunhos das propostas “Colagem” 1 e 2 para nova marca PET Letras Ufal

As propostas “Colagem” 1 e 2 são formadas a partir de arranjos da tipografia *Kings of Pacifica*, cujas letras lembram recortes de papéis de várias origens. A pesquisa por esta tipografia foi uma escolha por representar a combinação de formas e saberes distintos trabalhando em equipe e formando uma unidade plural. Estes rascunhos possuem um maior equilíbrio em relação aos anteriores e sua legibilidade não é prejudicada, mesmo com os espaços negativos nos *recortes* do P e do T. A proposta “Colagem 2”, com o E maiúsculo, foi considerada mais proporcional e, por isso, selecionada para compor a versão final da nova marca.

letras.ufal

Logotipo “letras.ufal” para nova marca PET Letras Ufal

O logotipo “letras.ufal”, escrito com a tipografia *Adobe Gothic Std B*, forma a base da imagem composta e foi pensado como uma parte discreta, porém essencial da marca de 2011. Assim como o livro, que servia como base para a marca anterior, a nova marca referencia os suportes digitais da textualidade com um logotipo que lembra o endereço de um *website*. Escrito inteiramente em minúsculas para melhor proporção e em cores neutras, o logotipo *localiza* o grupo PET no curso de Letras da Universidade Federal de Alagoas usando o ponto entre as palavras como um separador². As minúsculas dão ainda simetria ao conjunto, devido às letras L no início e no fim da composição.

² Os petianos de Letras da Ufal costumavam grafar o nome do grupo como PET Letras/Ufal ou PET Letras-Ufal. O uso do ponto foi uma escolha temática e de estilo.



Versão final da nova marca PET Letras Ufal adotada em 2011

A nova marca foi submetida ao grupo e aprovada em 12 de fevereiro de 2011³, sendo posteriormente apresentada à plenária da Faculdade de Letras.

3. ... em uma imagem que se desdobra...

A apresentação e aprovação da nova marca foi apenas o início das novas estratégias de comunicação do grupo. Tão logo seu uso foi oficializado, a marca já estampava as camisas dos integrantes do PET e todos os documentos, certificados e peças de divulgação de eventos.

A fim de padronizar a apresentação institucional do PET Letras Ufal, foi produzido um manual digital de orientação para uso de marcas e documentos, com o intuito de consolidar de forma coesa a imagem do programa.



Guia de usos impróprios e variações da marca no manual da identidade visual do PET Letras Ufal

Estas especificações detalhadas foram produzidas no intuito de garantir a integridade da marca e sua reprodução fidedigna nas várias aplicações. O esforço parece ter dado certo, já que uma década após o lançamento, a marca de 2011 ainda aparece em motores de busca por imagem quando procuramos por “PET Letras Ufal”.

Foram ainda produzidos *templates* padronizados para vários tipos de documentos (ofícios, editais, correspondência oficial) certificados e comunicados.

³ Na verdade, a versão final da marca foi primeiramente “testada” pela petiana Dayanne Teixeira Lima, que ofereceu o primeiro *feedback* antes da aprovação coletiva pelo grupo.



Templates oficiais para documentos e comunicados.

Os certificados emitidos pelos eventos do PET Letras também foram padronizados em um padrão coerente com a marca e com variações de cor a serem usadas segundo cada atividade. A padronização dos certificados acabou assegurando mais agilidade na emissão destes documentos e o design relativamente simples também representou economia de recursos de impressão gráfica.



Templates oficiais para certificados

4. ... em múltiplas formas

Este programa de comunicação foi adotado com flexibilidade em outros projetos do grupo, tais como os Ciclos de Palestras em Linguística e Literatura realizados entre os anos de 2011 e 2012, os quais contavam com uma identidade visual unificada e uma divulgação interna baseada em *teasers* e cartazes bem-humorados com várias montagens envolvendo tomadas, eletricidade, baterias recarregando e o slogan “ligue-se” espalhados pelas dependências da Faculdade de Letras. Este modelo de divulgação provocativa em um evento acadêmico procurava levantar a curiosidade da comunidade universitária. No caso específico do III Ciclo de Palestras, realizado em maio de 2012, as imagens de divulgação traziam várias referências ao padrão de tomadas de 3 pinos, recentemente adotado em todo o Brasil. A arte nos e-mails com convites e agradecimentos foi confeccionada com o nome de cada palestrante e colaborador a fim de individualizar a comunicação.



Teaser, chamada, convite, lembrete, imagem promocional e arte para e-mail de agradecimento do III Ciclo de Palestras

Naquele período, a comunicação visual do PET Letras ficou notória também entre os demais grupos da universidade tanto que, em 2013, ano das comemorações dos 25 anos do programa na Ufal, a marca comemorativa submetida em nome do grupo de Letras foi selecionada dentre as propostas dos demais PETs como símbolo oficial das celebrações:



Marca comemorativa do jubileu de prata do PET na Ufal

A partir do ano de 2016, o PET Letras Ufal inicia o planejamento da Revista Areia. Este foi um projeto de longa gestação, que contou com a colaboração de membros egressos do programa, inclusive para a discussão de uma capa para a revista. O projeto de uma imagem para Areia envolve variáveis um pouco distintas das que normalmente estão associadas à produção de logos para eventos e marcas institucionais. Isto porque a capa de uma revista requer um trabalho artístico mais robusto do que a produção de um símbolo independente. Por

outro lado, isto nos dá maior liberdade para trabalhar com abstração, e foi assim que o PET Letras escolheu a imagem para ilustrar a edição inaugural de Areia:



Logotipo da Revista Areia

O logotipo que, até o momento, ilustra as capas de Areia usa de geometria majoritariamente curva, com formas e espaços que relembram linhas típicas das paisagens litorâneas, como o Sol, as embarcações e as velas de jangadas. Os traços possuem fluidez, movimento e uniformidade o suficiente para não dominarem o contexto em que estão inseridos. Em outras palavras, este logotipo *assina* as artes de capa da revista sem exercer dominância sobre os demais elementos artísticos.

5. Acabamento

Passada a primeira década do início de um ciclo criativo que norteou a imagem institucional do PET Letras Ufal, é válido refletirmos o quanto as expressões visuais que produzimos para promover nossas iniciativas na verdade acabam nos servindo como lembretes de nossos próprios objetivos enquanto grupo.

As ideias, os símbolos e as imagens nos engajam coletivamente e é inegável que, inconscientemente ou por desígnio, nós nos identificamos com sua potência. Por outro lado, estes logos, artes e elementos gráficos documentam um período histórico específico, que representam a passagem e a assinatura de um grupo de pessoas que formaram o PET Letras nos primeiros anos da década que agora passou.

De todo modo, sua história e sentidos permanecem e ainda podem inspirar futuras gerações de novos petianos, da mesma maneira que os *pixels* de 2011 – que nasceram das tintas do antigo livrinho do PET Letras – se renovaram em cores, formas e imagens que disseram de várias maneiras: “Nós somos o PET Letras Ufal.”

Referências

BRASIL. Ministério da Educação. **Portaria nº 976 de 27 de julho de 2010**. Diário Oficial União, Brasília, 28 de julho de 2010.

VERÇOSA, Victor M. **Orientações para uso das marcas e documentos**. Maceió: PET Letras, 2011

_____. **Proposta de nova marca**. Maceió: PET Letras, 2011.