



# ARTO

HISTÓRIA DA ARTE



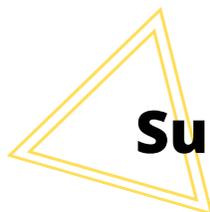
CAMILY S CAMAFORTE  
EMILY S CAMAFORTE

**ARTO**  
História da Arte

Trabalho apresentado no curso  
técnico de Comunicação Visual na  
ETEC de Carapicuíba.

Orientador: Profº Dra Carolina  
Marielli Barreto DTCC Profº Me  
Agnacilda Rocha PTCC

CARAPICUÍBA  
2022



# Sumário

## 1. Introdução

## 2. Justificativa

## 3. Objetivo

## 4. Referências

## 5. MIV

### 5.1 Introdução

### 5.2 Prefácio

### 5.3 Identificação

### 5.4 Briefing

### 5.5 Garantia

### 5.6 Marca

### 5.7 Conceito

### 5.8 Princípios

### 5.9 Versões da marca

### 5.10 Grid de construção

### 5.11 Tipografia

### 5.12 Cores institucionais

### 5.13 Redução mínima

### 5.14 Área de interferência visual

### 5.15 Versão em positivo

### 5.16 Versão em negativo

### 5.17 Aplicação em fundo colorido

### 5.18 Outras assinaturas da marca

### 5.19 Proibições parte I

### 5.20 Proibições parte II

### 5.21 Papelaria

### 5.22 Aplicação em marcador de página

### 5.23 Aplicação em cartão de visita

### 5.24 Aplicação em envelope tipo ofício

### 5.25 Selo

### 5.26 Produtos promocionais

### 5.27 Aplicação em agendas e cadernos

### 5.28 Aplicação em camisetas

### 5.29 Aplicação em sacolas

### 5.30 Aplicação em chaveiros

## 6. Peças de divulgação

### 6.1 Flyer



# Sumário

- 6.2 Cartaz
- 6.3 Redes sociais
- 6.4 Cartão de visita

## 7. Mockup's

- 7.1 Flyer
- 7.2 Cartaz
- 7.3 Redes sociais
- 7.4 Cartão de visita

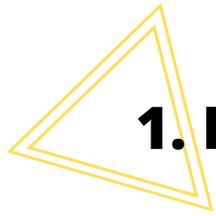
## 8. Toten

- 8.1 Toten I

## 9. Anexos

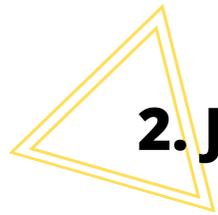
- 9.1 Briefing
- 9.2 Persona I
- 9.3 Persona II
- 9.4 Referências visuais
- 9.5 Cronograma de criação dos textos I
- 9.6 Cronograma de criação dos textos II

- 9.7 Cronograma de criação do site
- 9.8 Orçamento da proposta de divulgação



# 1. Introdução

O assunto a ser abordado como tema principal será como a arte se desenvolveu do primitivo ao contemporâneo. Como ocorreu o processo de evolução artística iniciada no ano 3.500 a.C. na pré-história, com as pinturas rupestres, até o século XXI com o surgimento da era tecnológica. Através da ordem cronológica dos fatos apresentados na pesquisa, pode-se visualizar o modo de vida de cada sociedade durante todo os períodos, assim como a cultura e os costumes de cada época.



## **2. Justificativa**

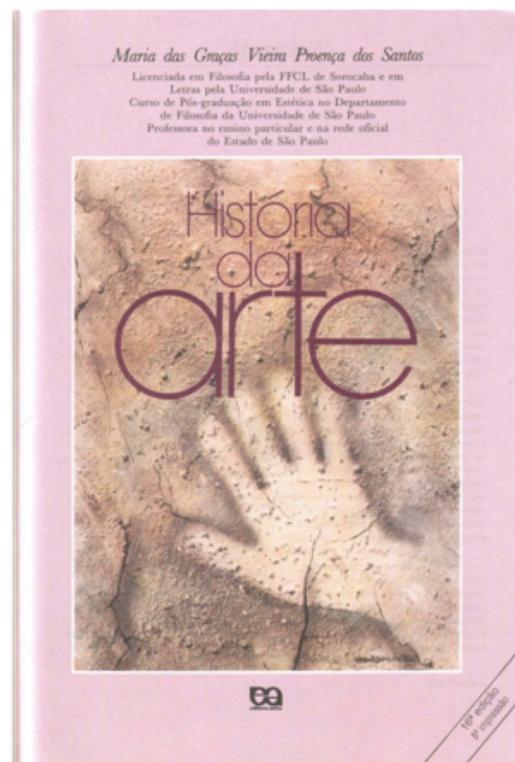
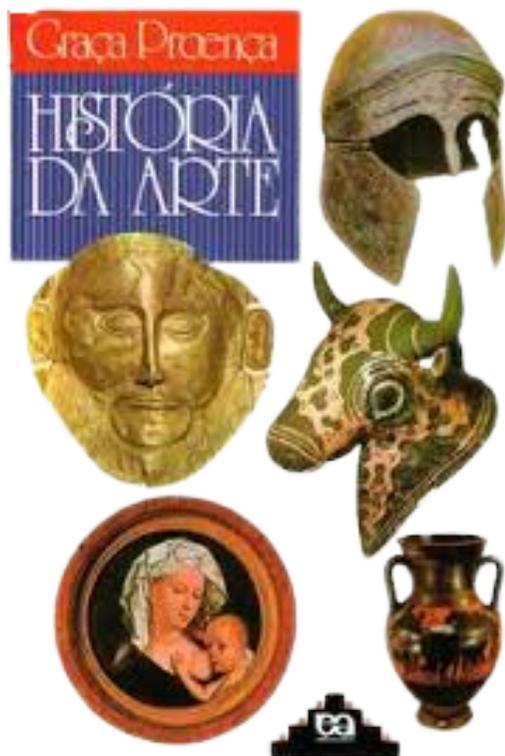
A pesquisa será de benefício na área profissional do curso, assim como irá contribuir para a área acadêmica do mesmo, servindo no final como análise dados.



### **3. Objetivo**

Tem como objetivo principal valorizar a cultura, ação fundamental para desenvolvimento social. Identificar as distinções presentes em cada época e deprever os fatos que contribuíram para a progressão artística.

## 4. Referência teórica



PROENÇA, Graça - **História da Arte**. 16. ed. São Paulo: Ática, 1999.



# ARTO

MANUAL DE  
IDENTIDAD VISUAL



# INTRODUÇÃO



## 5.2 Prefácio

O processo de criação do logotipo para o site Arto referente a história da arte, foi determinado por vários fatores, visando mostrar todo um processo social, político e cultural, utilizando formas, linhas, tipografia e cor.

### **Este manual apresenta a identidade visual da marca Arto**

Nele você vai encontrar conceito, exemplos de como aplicar, briefing, princípios, versões da marca, cores institucionais, redução mínima etc

Esse manual é um registro cuidadoso que pretende dar à marca seu devido valor.

Ele visa conscientizar os seus usuários sobre a importância de seguir as instruções aqui contidas, para que ao longo do tempo a identidade da instituição se identifique.

A negligência do uso da marca resulta na deterioração da Identidade Visual. Ao passo que bom uso da identidade visual contribui para a fixação da imagem da marca.



## **5.3 Identificação**

### **Equipe de Design :**

Camilly S Camaforte

### **Contato:**

camafortec@gmail.com

### **Equipe de Design :**

Emily S Camaforte

### **Contato:**

camafortee@gmail.com



## 5.4 Briefing

A marca Arto, foi concebida para atender toda uma evolução referente a História da Arte , no qual concentra vários aspectos que cooperam para a criação da marca.

### **O elemento presente no logotipo tem suas características:**

Contemporânea visando algo moderno e minimalista, sua tipografia e forma foi escolhida para atender esse propósito.

A forma geométrica escolhida foi o triângulo, visando representar os três pilares que representam a evolução artística: a sociedade, a cultura e a política.

A escolha da cor amarela deu-se por ser uma das primeiras cores a ser utilizada como tinta na época da pré história, a cor preta foi escolhida por ser uma cor neutra e por remeter um ar de curiosidade, logo que o site na qual a marca será aplicada está associada ao meio educacional, a cor cinza por sua vez foi escolhida também por ser uma cor neutra e ser uma das cores mais utilizadas durante a Antiguidade e na Idade Média por determinada classe social.



## 5.5 Garantia

A garantia para esse projeto e de identidade visual da marca Arto depende, de um cumprimento de processos minimamente detalhados, visando e respeitando todos os conceitos obtidos na marca.

**O descumprimento e má aplicação farão que a marca seja descaracterizada, tornando uma perda de identidade para a marca.**

O resultado para que o projeto seja positivo dependerá de todas as partes presentes cumprirem adequadamente o que lhes compete.

A equipe de Design compete: atender a necessidade do cliente, resolvendo o seu problema, com o levantamento de todas as informações para a elaboração de um bom briefing, onde o cliente irá aprovar o projeto gráfico para confecção da marca.

**MARCA**



## 5.7 Conceito



A identidade da marca Arto utiliza de elementos e fórmulas geométricas simples.

O propósito do desenvolvimento da marca Arto foi trazer elementos que aproximasse o público do conteúdo abordado no site de forma mais contemporânea e minimalista.

**Para a produção da marca foi utilizada a família tipográfica Open Sans. Foi usada a forma geométrica triângulo que trabalha com os três pilares: a cultura, a política e a sociedade. O nome Arto foi escolhido por significar Arte na língua Esperanto, a língua é internacional e foi planejada para facilitar a comunicação entre os povos de diferentes países e cultura.**



## 5.8 Princípios

**Para uma boa aplicação do logotipo da marca Arto é necessário seguir alguns princípios:**

- Aplicar a marca uma vez em cada peça;
- A cor institucional é amarela e cinza, na falta de tinta, recorra a versão da marca em positivo ou em negativo;
- Para uma boa leitura do logotipo, não esticar ou mudar a tipografia, não rotacionar a marca , não aplicar em fundo padronagem, não distorcer a marca;
- Não utilizar sombras no símbolo ou logotipo;
- O logotipo apresenta duas versões, uma com assinatura e outra com a forma, nunca aplicar as duas versões em uma peça só;
- Nunca aplicar a marca em fundo colorido, apenas em fundos preto ou branco.

## 5.9 Versões da Marca

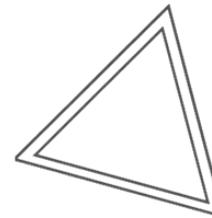
Marca versão preferencial



Marca versão assinatura

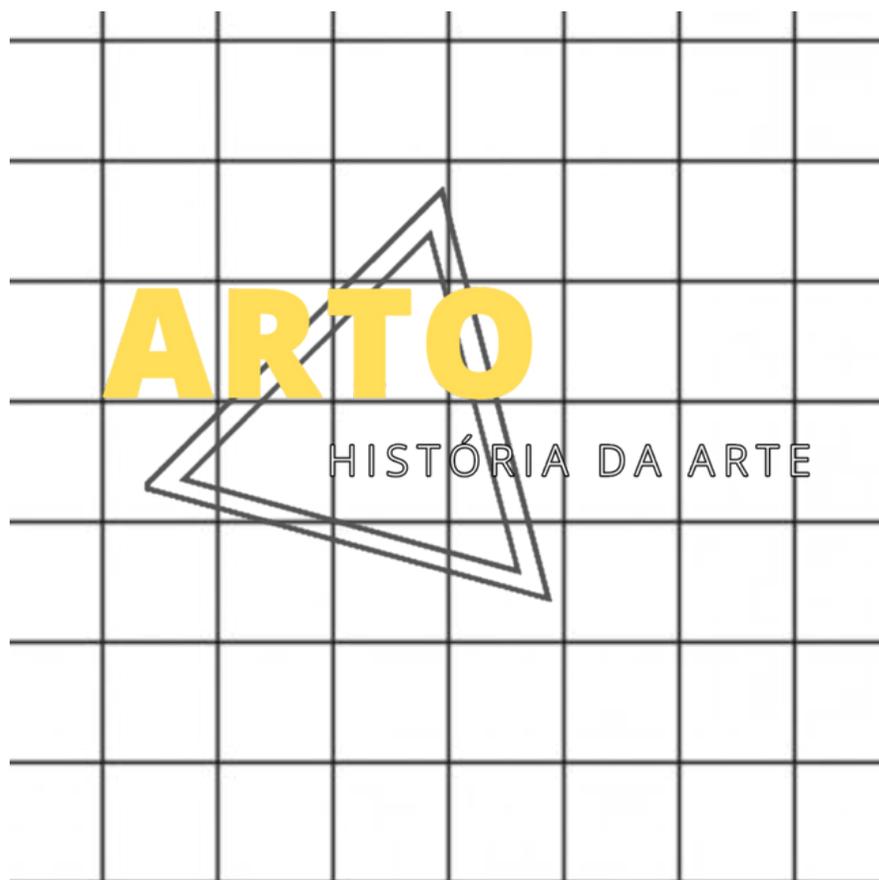
**ARTO**

Ícone gráfico





## 5.10 Grid de Construção



A malha de construção é utilizada para a reprodução da marca no Manual de Identidade Visual, ela determina os espaçamentos e altura da tipografia, entre o logotipo e o símbolo.



## 5.11 Tipografia

Open Sans foi projetada por Steve Matteson. É uma letra sem serifa , projetada com uma tenção vertical, formas abertas e uma aparência neutra mas amigável.

**OPEN SANS EXTRA BOLD**  
**ABCDEFGHIJKLMNO**  
**PQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

Utilizada para: Arto

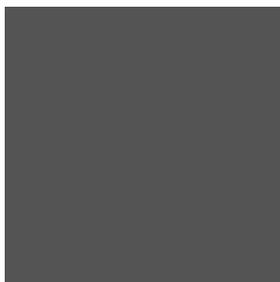
OPEN SANS LIGHT  
ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
1234567890

Utilizada para: História da Arte



## 5.12 Cores Institucionais

As cores escolhidas para a marca Arto foi o amarelo, o cinza e o preto. O amarelo é uma cor quente, já o cinza e o preto são cores neutras. Segue abaixo as cores em: CMYK, RGB.



C: 0% M: 0% Y: 0% K: 65%  
R: 89 G: 89 B: 89



C: 0% M: 13% Y: 65% K: 0%  
R: 255 G: 222 B: 89



C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%  
R: 0 G: 0 B: 0



## 5.13 Redução Mínima

Para uma melhor legibilidade desta marca fica definido que sua dimensão mínima é de 50mm de largura para a versão com o ícone gráfico. Já a versão assinatura fica definido em 39mm.



50mm

ARTO

39mm



## 5.14 Área de Interferência Visual

A área de não interferência visual delimita os espaços que a marca Arto necessita para sua aplicação correta, ela está definida por quatro retângulos.

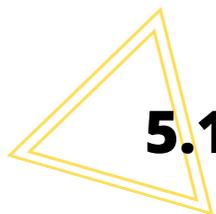




## 5.15 Versão em Positivo

A versão em positivo é utilizada quando necessita de uma melhor legibilidade da marca em fundo claro, e quando não é possível utilizar a versão original.





## 5.16 Versão em Negativo

A versão em negativo é utilizada quando necessita de uma melhor legibilidade da marca em fundo escuro, e quando não é possível utilizar a versão original.





## 5.17 Aplicação no Fundo Colorido

A marca poderá ser aplicada apenas sobre fundos da cor preto e branco.

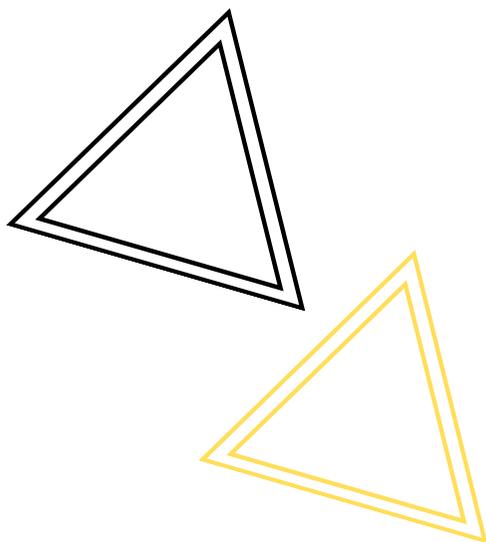




## 5.18 Outras Assinaturas da Marca

**A marca de versão preferencial não possui outras assinaturas.**

A versão de assinatura e o ícone gráfico poderá ter variações de cores ao serem aplicados individualmente.



ARTO

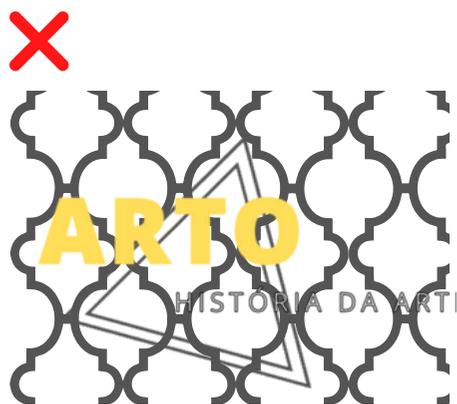
**ARTO**



## 5.19 Proibições Parte I



Não posicionar elementos dentro da área de não interferência.



Não aplicar a marca diretamente sobre fundo de padronagem.



Não rotacionar a marca.

## 5.20 Proibições Parte II

×



Não criar variações de cores.

×



Não modificar as fontes

×



Não distorcer a marca.

**PAPELARIA**



## 5.23 Aplicação em Cartão de Visita

Tamanho: 79mmx120mm

Tipo de Impressão: CMYK + Iluminação Fosca

Tipo de Papel: Couché

Gramatura: 250g e 300g





## 5.24 Aplicação em Envelope Tipo Ofício

Tamanho: 230x115mm

Tipo de Impressão: CMYK

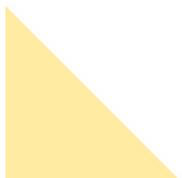
Tipo de Papel: Offset

Gramatura: 90g



ARTO  
HISTÓRIA DA ARTE

ARTOINARTE@GMAIL.COM





## 5.25 Selo



O selo será aplicado em cartas, envelopes, cartões etc.

# **PRODUTOS PROMOCIONAIS**

## 5.27 Aplicação em Agendas e Cadernos



Exemplo de aplicação em cadernos e agendas.

## 5.28 Aplicação em Camisetas



Exemplo de aplicação em camisetas.

## 5.30 Aplicação em Chaveiros



Exemplo de aplicação em chaveiros.



**ARTO**

MANUAL DE  
IDENTIDADE VISUAL



# PEÇAS DE DIVULGAÇÃO

## 6.1 Flyer



### ESPECIFICAÇÕES:

Tamanho: 15x21cm

Tipo de Impresso: CMYK +Laminação Fosca

Tipo de Papel: Couché

Gramatura:1115g a 150g

## 6.2 Cartaz

### ESPECIFICAÇÕES:

Tamanho: 297x420mm

Tipo de Impresso: CMYK +Laminação Fosca

Tipo de Papel: Couché

Gramatura: 120g a 240g



## 6.3 Redes sociais





## 6.4 Cartão de visita



### ESPECIFICAÇÕES:

Tamanho: 90x50mm

Tipo de Impresso: CMYK +Laminação Fosca

Tipo de Papel: Couché

Gramatura: 250g

**MOCKUP'S**



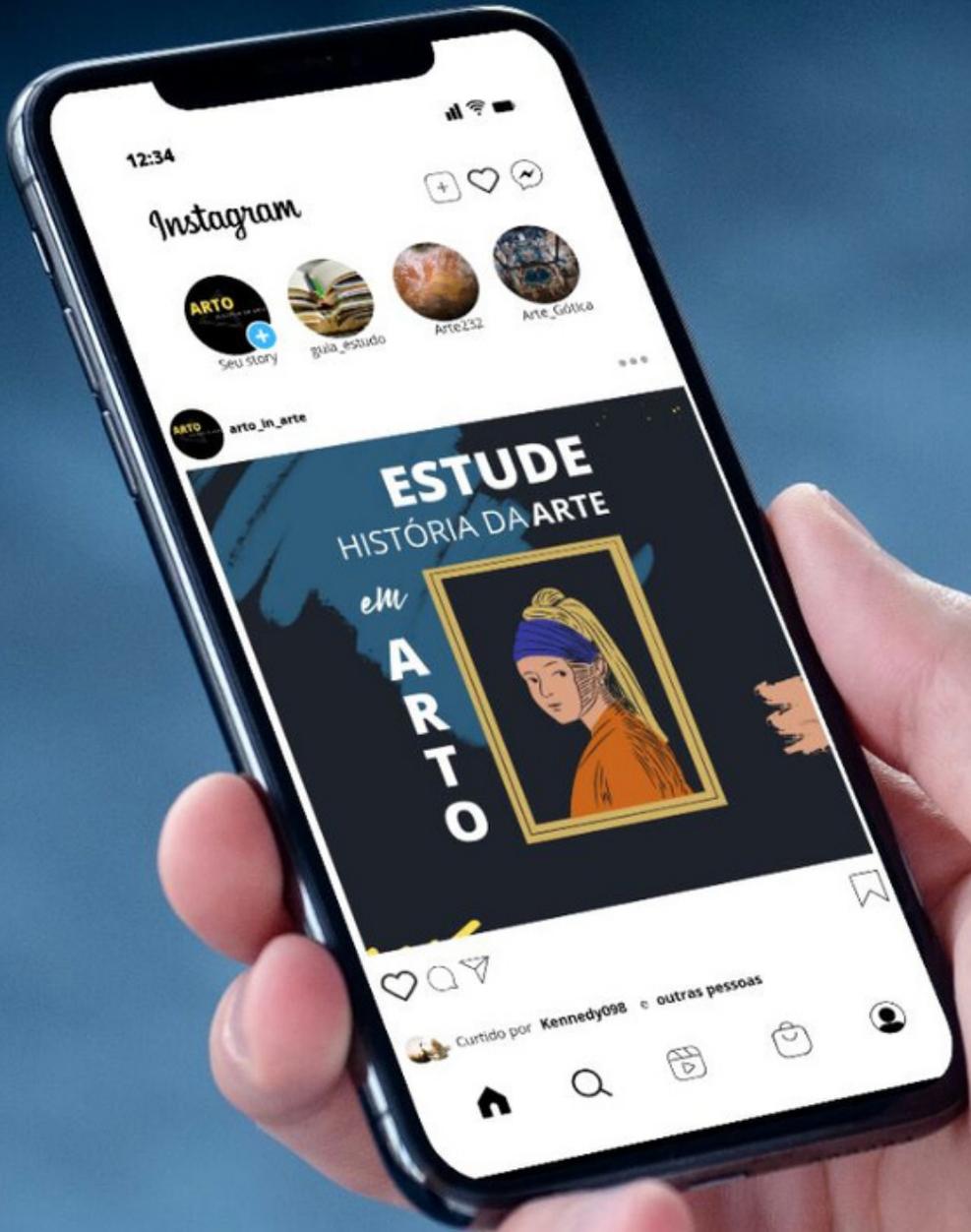
**ESTUDE**

HISTÓRIA DA ARTE

*em*

**ARTO**







**ARTO**

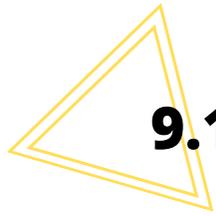
HISTÓRIA DA ARTE

**TOTEN**

**ESTUDE**  
HISTÓRIA DA ARTE

*em*  
**ARTO**

**ANEXOS**



## **9.1 Briefing**

O briefing se baseia na ideia da criação de um site, onde os visitantes encontrarão informações sobre os principais períodos artísticos, desde a pré história até a contemporaneidade. Os desenvolvedores ficarão responsáveis pela criação da marca e do visual do site, assim como a criação dos textos que irão compor o mesmo.

## 9.2 Persona I



# ESTUDANTE BRENO SOUZA

Breno Souza, 20 anos de idade, mora em São Paulo Capital é estudante de artes visuais pela UNESP.

Fã de Portinari | Ama Livros | Pai de PET  
Netflix | Vegetariano | K-Pop | All Star



## 9.3 Persona II



# PROFESSORA MARIA LOPEZ

Maria Lopez, 56 anos de idade, mora na ZO de São Paulo é professora de artes pelo ensino público.

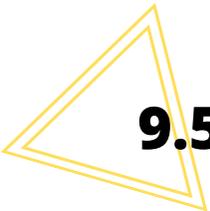
Fã de Van Gogh | Ama a Natureza | Pintora  
Roupas Casuais | MPB | Carro Popular





## **9.4 Referências visuais**

- <https://www.historiadasartes.com/>
- <https://portalartes.com.br/historia/historia-da-arte/historia-da-arte.html>



## 9.5 Cronograma de criação dos textos I

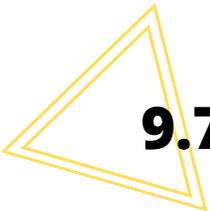
<b>TEXTO PRODUZIDO</b>	<b>DATA</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>	<b>MÉDIA DE HORA</b>
<b>EGITO</b>	<b>03 MAR 22</b>	<b>C. CAMILY</b>	<b>4h</b>
<b>PALEOLÍTICO</b>	<b>03 MAR 22</b>	<b>C. EMILY</b>	<b>2h</b>
<b>NEOLÍTICO</b>	<b>04 MAR 22</b>	<b>C. EMILY</b>	<b>2h</b>
<b>BIZANTINA</b>	<b>07 MAR 22</b>	<b>C. EMILY</b>	<b>3h</b>
<b>ROMÂNICA</b>	<b>14 MAR 22</b>	<b>C. EMILY</b>	<b>3h</b>



## 9.6 Cronograma de criação dos textos II

GÓTICA	15 MAR 22	C. EMILY	4h
BARROCA	25 MAR 22	C. EMILY	4h
ROCOCÓ	11 ABR 22	C. EMILY	3h
GREGA	09 MAI 22	C. CAMILY	5h
ROMANA	24 MAI 22	C. EMILY	3h

**TOTAL DE 33H**



## 9.7 Cronograma de criação do site I

<b>DATA</b>	<b>MÉDIA DE HORA</b>
FEV 18 A 22	10 h
MAR 03 A 25	42 h
ABR 04 A 26	42 h
MAI 02 A 31	56 h
JUN 01 A 20	40 h

**TOTAL DE 190H**



## 9.7 Orçamento da proposta de divulgação

<b>PRODUTO</b>	<b>QUANTIDADE</b>	<b>PREÇO</b>
AGENDA	100	3653,00
CAMISETA	100	1300,00
CHAVEIRO	100	205,00
FLYER	1000	71,00
CARTAZ	500	339,91
CARTÃO DE VISITA	1000	69,90
		<b>TOTAL DE 5638,81</b>



# ARTO

HISTÓRIA DA ARTE

