



UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI – UNIVATES

CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS

CURSO DE *DESIGN*

**I DO DANCE: PROJETO DE IDENTIDADE VISUAL PARA
DESPERTAR A CURIOSIDADE DO PÚBLICO MASCULINO PELA
PRÁTICA DO *BALLET* CLÁSSICO**

Luiza Reckziegel Holtermann

Lajeado, 17 de dezembro de 2020

Luiza Reckziegel Holtermann

**I DO DANCE: PROJETO DE IDENTIDADE VISUAL PARA
DESPERTAR A CURIOSIDADE DO PÚBLICO MASCULINO PELA
PRÁTICA DO *BALLET* CLÁSSICO**

Monografia apresentada ao curso de *Design* da Universidade do Vale do Taquari – UNIVATES como parte da exigência para a obtenção do título de Bacharel em *Design*.

Orientador: Prof. Dra. Sílvia Trein Heimfarth Dapper

Lajeado, 17 de dezembro de 2020

Luiza Reckziegel Holtermann

**I DO DANCE: PROJETO DE IDENTIDADE VISUAL PARA
DESPERTAR A CURIOSIDADE DO PÚBLICO MASCULINO PELA
PRÁTICA DO *BALLET* CLÁSSICO**

A banca examinadora abaixo aprova a Monografia apresentada na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II, na linha específica em *Design*, da Universidade do Vale do Taquari – UNIVATES, como parte da exigência da obtenção do título de Bacharel em *Design*:

Prof. Dra. Sílvia Trein Heimfarth Dapper
Universidade do Vale do Taquari -
UNIVATES

Prof. Me. Rodrigo Brod
Universidade do Vale do Taquari -
UNIVATES

Prof. Me. Bruno da Silva Teixeira
Universidade do Vale do Taquari -
UNIVATES

Lajeado, 17 de dezembro de 2020

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente à toda minha família, em especial a minha mãe, Marione Reckziegel, por sempre ter me incentivado a fazer o que amo e ser um exemplo de vida para mim; e em especial ao meu namorado Lucas Medeiros, pela paciência, compreensão e por estar sempre ao meu lado me dando todo suporte em momentos difíceis.

Aos meus amigos e colegas de graduação, os quais sempre estiveram ao meu lado, me deram suporte e forças para realizar meus objetivos, especialmente à Mari, que esteve ao meu lado virtualmente me motivando a continuar. E aos meus colegas de trabalho por sempre acreditarem em mim até mesmo quando eu não acreditava.

Este projeto não seria real se eu não tivesse conhecido as artes e o *ballet* clássico, então sou eternamente grata às *maîtres* de *ballet* e professores de dança que tive e me ensinaram sobre esse mundo maravilhoso.

A minha orientadora Dra. Silvia Trein Heimfarth Dapper, pela qual tenho uma grande admiração, por ter acreditado no projeto desde o início, pela paciência e suporte não somente no decorrer do projeto, mas durante toda minha graduação. Também agradeço a todos os professores que contribuíram para a minha formação não só acadêmica, mas como pessoa, em especial aos mestres Rodrigo de Azambuja Brod e Bruno da Silva Teixeira por terem me dado dicas e sugestões na banca do TCC I e aceitado o convite para banca do TCC II.

E por fim, agradeço ao grupo de bailarinos, entrevistados e a todos de que alguma forma contribuíram para a realização desse projeto.

RESUMO

Com a construção social de gênero vigente na sociedade, é comum as pessoas relacionarem a atividade do *ballet* clássico como algo exclusivamente feminino, pela sua delicadeza e pela suavidade dos movimentos. Esse fato desempenha um importante papel nas atitudes dos meninos e homens em relação ao estudo da dança e se eles participam ou não da mesma. Em pesquisa realizada por Susan Stinson (1998), foi revelado que meninos mais velhos se preocupam que as pessoas possam pensar que são homossexuais por estarem praticando o *ballet*, mesmo que em sua criação no Renascimento, apenas homens participavam das danças. Um dos maiores desafios do *designer* é encontrar soluções para problemas, de modo que elas promovam uma conexão e identificação com o público consumidor. A partir desses aspectos, o presente trabalho tem o objetivo de unir o *design* gráfico ao *ballet* clássico, a fim de desenvolver um projeto de identidade visual com a função de estimular meninos a buscarem o conhecimento do *ballet* clássico. Fundamentado na metodologia de Bruno Munari (2008), foram realizadas duas pesquisas qualitativas, com diretores de escolas de *ballet* do Rio Grande do Sul e bailarinos do sexo masculino. Também foram feitas duas pesquisas quantitativas com o público em geral a respeito de suas percepções sobre o *ballet* e com bailarinos do sexo masculino de todo o país. A partir das pesquisas foram realizadas as etapas de resultados e discussões, que revela pontos importantes sobre a percepção e visibilidade do *ballet* para os meninos e para a sociedade. Após foi gerada a lista de requisitos para uma criação mais assertiva do projeto. Posteriormente na etapa criativa, iniciou-se a elaboração das técnicas como *moodboard* para a identidade visual e o *brainstorm* para a geração de alternativas para o nome do projeto tudo criado em conjunto com um grupo de meninos bailarinos. Com isso pode-se gerar as alternativas para logotipo e identidade e, em seguida, para compreender a visão do público alvo, foi gerado um formulário com as melhores alternativas. É por meio dele que se tornou possível compreender as principais características visuais para solução e após a análise das características das opções mais votadas, foi criado o modelo final e os desdobramentos da identidade visual. O projeto visa ter seus materiais gráficos liberados gratuitamente para uso de quem possuir o interesse de divulgar e incentivar o *ballet* masculino.

Palavras-chave: *Design*; *Design* gráfico; Identidade Visual; *Ballet* clássico; *Ballet* masculino.

ABSTRACT

The gender's construction imposed by society makes people think that classical ballet is something exclusively for women, because its tenderness and its smooth movements. This fact has an important role in boys and men's attitudes either if they are studying and dancing ballet or not. Susan Stinson (1998) in her research reveals that older boys are worried that people might think they are homosexuals due to the fact they dance ballet, even though its creation in the Renaissance era ballet was exclusive for men; only men could practice and dance. One of the designers' biggest challenges is to find solution for problems so they can provide connection and identification to their public. From these aspects, our work's objective is to combine the classical ballet with the graphic design in order to develop a visual identity Project to stimulate boys to look for ballet classes and also for some information about it. Based on Bruno's Munari (2008) methodology two qualitative researches were carried out with head masters of ballet schools from Rio Grande do Sul and male ballet dancers. Also, two quantitative researches with general public upon their perspective about ballet and about male ballet dancers were made all over the country. From this research, results and discussions stages were performed, which show important points about the perception and visibility of ballet for boys and for the society. After, a requirement's list was made for a more assertive project creation. Later on, in the creative stage, the elaboration of techniques such as moodboard for visual identity and brainstorm for the generation of alternatives for the name of the project began, all created with a group of male dancers. With that it is possible to create the alternatives for logo and identity and, then, to understand the vision of the target audience, a form with the best alternatives was made. It is through it that it became possible to understand the main visual characteristics for solution and after analyzing the characteristics of the most voted options, the final model and the unfolding of the visual identity was created. The project aims to have its graphic materials released free of charge the usage by anyone with an interest in promoting and encouraging male ballet.

Key-words: *Design; Graphic Design; Visual Identity; Classical Ballet; Male Ballet.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Luís XIV como O Sol no “ <i>Ballet Royal de la Nuit</i> ”	15
Figura 2 - Cinco posições dos pés por Pierre Beauchamps.....	16
Figura 3 - Maria Olenewa	17
Figura 4 - Bertha Rosanova e Aldo Lotufo	19
Figura 5 - Flávio Sampaio	20
Figura 6 - Thiago Soares.....	21
Figura 7 - Yoshi Suzuki	22
Figura 8 - Benefícios do <i>ballet</i> : postura e coordenação	23
Figura 9 - Ilustração de crianças em atividade de dança	24
Figura 10 - Cartaz campanha 37º Festival de Dança de Joinville	26
Figura 11 - Cartaz da campanha Joinville Dança.....	27
Figura 12 - Trisha Brown	28
Figura 13 - Apresentação de Shijirbat mistura dança e <i>design</i> gráfico	28
Figura 14 – Marca da Identidade para o New York City Ballet	29
Figura 15 – Cartazes da Identidade Visual do NYC Ballet	30
Figura 16 – Fachada do NYC Ballet com a nova identidade visual	31
Figura 17– Esboço de diagramação de páginas	32
Figura 18 – Regra dos terços e regra dos ímpares	33
Figura 19 - Cartaz The Australian Ballet	34
Figura 20 - Variações de formas	35
Figura 21 – Círculo cromático	36
Figura 22– Virgem Maria vestindo o manto azul	37
Figura 23 - Metodologia de Bruno Munari (2008).....	40
Figura 24 – Metodologia aplicada ao projeto	41
Figura 25 – Peças gráficas A, B e C	44
Figura 26 – Peças gráficas A e B	44
Figura 27 – Peça gráfica do projeto He Inspire I Dance	46
Figura 28 – Instagram do projeto He Inspire I Dance	47
Figura 29 – Marca FiveForty	48
Figura 30 – Site da marca FiveForty	48
Figura 31- Resultado da pergunta “Você acredita que a cultura do <i>ballet</i> clássico deve ser mais incentivada no Brasil?”	50
Figura 32- Resultado da pergunta “Acha que homens que dançam sofrem algum tipo de preconceito ou não aceitação?”	50
Figura 33 - Resultado da pergunta “Com qual idade você começou a fazer aulas de <i>ballet</i> clássico?”	51
Figura 34 - Resultado da pergunta “No seu círculo de pessoas próximas quantos meninos praticam <i>ballet</i> ?”	52
Figura 35 – Painel de <i>brainstorm</i> de <i>namings</i>	58
Figura 36 – <i>Moodboard</i>	59
Figura 37 – Geração de alternativas para assinatura/logotipo	61
Figura 38 – Geração de alternativas para assinatura/logotipo	62
Figura 39 – Versões de logotipo escolhidas.....	63

Figura 40 – Fotografia do bailarino Denilson Almeida.....	64
Figura 41 – Fotografia do bailarino Marlon Sales.....	65
Figura 42 – Fotografia do bailarino Ruan Galdino.....	66
Figura 43 – Geração de alternativas identidade visual.....	68
Figura 44 – Geração de alternativas identidade visual.....	69
Figura 45 – Geração de alternativas identidade visual.....	70
Figura 46 – Geração de alternativas identidade visual.....	71
Figura 47 – Geração de alternativas identidade visual.....	72
Figura 48 – Modelo para verificação com o público	74
Figura 49 – Modelo para verificação com o público	75
Figura 50 – Modelo para verificação com o público	76
Figura 51 – Modelo para verificação com o público	77
Figura 52 – Modelo para verificação com o público	78
Figura 53 – Modelo para verificação com o público	79
Figura 54 – Paleta de cores	81
Figura 55 – Estudos dos <i>letterings</i> produzidos para a identidade visual.....	82
Figura 56 – Estudos dos <i>letterings</i> produzidos para a identidade visual.....	82
Figura 57 – Cartaz identidade visual	84
Figura 58 – Cartaz identidade visual	85
Figura 59 – Cartaz identidade visual	86
Figura 60 – Cartaz identidade visual	87
Figura 61 – Cartaz identidade visual	88
Figura 62 – Cartaz identidade visual	89
Figura 63 – Cartaz identidade visual	90
Figura 64 – Cartaz identidade visual	91
Figura 65 – Cartaz identidade visual	92
Figura 66 – Mockup pôsteres em parede	93
Figura 67 – Mockup cartazes no quadro	94
Figura 68 – Mockup bottoms.....	95
Figura 69 – Mockup pôsteres luminosos.....	96
Figura 70 – Mockup adesivos.....	96
Figura 71 – Mockup redes sociais.....	97
Figura 72 – Composição quadros e cartaz.....	98
Figura 73 – Composição quadros e cartaz.....	99
Figura 74 – Cartazes impressos A5	100
Figura 75 – Composição de cartazes impressos.....	101

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Relação entre necessidades, propósitos e requisitos para o desenvolvimento do projeto.....	56
---	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO E PROBLEMATIZAÇÃO	8
1.1	Objetivos	11
1.1.1	Objetivo Geral	11
1.1.2	Objetivos Específicos	11
1.2	Justificativa	12
2	REVISÃO TEÓRICA	13
2.1	Dança	13
2.1.1	História do <i>ballet</i>	14
2.1.2	A dança como profissão	17
2.1.3	Bailarinos homens no Brasil	19
2.2	Benefícios do <i>ballet</i> e da dança	22
2.3	<i>Design</i> e <i>ballet</i>	24
2.4	O <i>Design</i> na comunicação visual	31
3	METODOLOGIA	39
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	43
4.1	Análise de peças gráficas	43
4.2	Marcas voltadas ao <i>ballet</i> masculino	45
4.3	Pesquisas e entrevistas	49
5	SÍNTESE DO PROJETO	56
6	ETAPA CRIATIVA	57
6.1	<i>Naming</i>	57
6.2	<i>Moodboard</i>	58
6.3	Desenvolvimento da Identidade Visual	60
6.3.1	Estudos logotipo	60
6.3.2	Fotografia	63
6.3.3	Estudos Identidade Visual	67

7	VERIFICAÇÃO	73
8	DESDOBRAMENTOS DA IDENTIDADE	80
8.1	Paleta de cores	80
8.2	Tipografia e <i>lettering</i>	81
8.3	Finalização da identidade visual	83
8.4	Mockups e aplicação física	93
9	CONSIDERAÇÕES FINAIS	102

1 INTRODUÇÃO E PROBLEMATIZAÇÃO

Atualmente o *ballet* é uma arte praticada no mundo todo. A história dessa dança, se iniciou como uma forma de entretenimento da realeza, tendo principalmente homens como papéis principais. Surgiu nas cortes italianas no período do *Quattrocento* e apenas no período do Romantismo que as mulheres tomaram a cena principal do *ballet* com a utilização das sapatilhas de ponta (BOURCIER, 2001).

Na atualidade, o *ballet* é praticado principalmente por mulheres, isso porque desde quando crianças, existem comportamentos de acordo com a construção social de gênero, que são vistos como apropriados para meninos ou meninas realizarem. Essa construção da sociedade criou segmentos os quais os gêneros devem estar, criando preconceitos e proibições às atividades que não são típicas ao gênero. Foi no programa *Good Morning America*, exibido ao vivo na quinta feira, 22 de agosto de 2019, que a âncora do programa Lara Spencer, falou sobre as atividades curriculares do pequeno príncipe George, de apenas 6 anos. Dentre várias atividades, o *ballet* estava entre elas. Logo após ela mencionar a dança, todos os apresentadores e a plateia deram gargalhadas. Em questão de minutos vários internautas e telespectadores já estavam criticando a atitude dos apresentadores. Um homem escreveu um comentário no vídeo na conta do programa no Youtube “GMA, você deveria ter vergonha de rir sobre ele fazer balé. Meu filho dança. Vários meninos dançam. Príncipe George e todos esses meninos merecem um pedido de desculpas público” (*Good Morning America*, 22 ago. 2019) (tradução nossa). Outros profissionais da dança, homens, também retrataram em suas contas de Instagram, a indignação em vista do comentário da apresentadora (NOBREGA, 2019). Em resposta ao acontecido, Alex Wong, participante do *reality show* *So You Think You Can Dance* e

mais de 300 homens bailarinos se reuniram na Times Square em frente aos estúdios do Good Morning America, em uma aula de *ballet* ao ar livre. O que acabou promovendo a *hashtag* #BoysDanceToo nas plataformas Instagram e Twitter, o acontecido com o príncipe George acabou comovendo meninos que dançam em todo o mundo (O'KANE, 2019).

A construção social de gênero, ou o que a sociedade dita como comportamento socialmente apropriado para meninas e meninos, desempenha um importante papel nas atitudes dos alunos em relação ao estudo da dança e se eles participam ou não da dança. Contudo, discutir a sexualidade e gênero é complexo pois cada ser humano é muito particular neste quesito.

A masculinidade e a feminilidade na cultura do senso comum, constituem duas categorias dicotômicas, cada qual com suas características e modelos dominantes. Bassetti (2013), aborda em seu texto que cada corpo está localizado em uma posição diferente no eixo das características da representação masculina ou feminina. Uma mulher identificada sexualmente feminina, que é considerada não feminina, por não apresentar características sociais atreladas ao feminino, geralmente é chamada de “moleca” ou masculina. Isso também acontece com homens que são identificados sexualmente masculinos, mas são considerados não masculinos e chamados de “covardes” ou efeminados e é aí que entra o estigma do *ballet* masculino.

Bassetti (2013), apresenta um quadro semiótico da dicotomia masculino/feminino aplicada à dança, onde o homem masculino ideal é representado pelo hip-hop enquanto a mulher ideal, pelo *ballet* clássico. Enquanto o contrário dessa forma, o hip-hop feminino e o bailarino homem, são considerados respectivamente, masculinos e efeminados.

Em um âmbito mais local, na periferia de Duque de Caxias/RJ, o Professor da rede pública municipal, Paulo Melgaço da Silva, dá aulas de *ballet* para as crianças da pré-escola II sem ter a distinção de meninas fazem *ballet* e meninos capoeira. O professor propõe uma ressignificação dos exercícios convencionais para um melhor entendimento e aceitação por parte dos meninos, mostrando a eles que na verdade não tem nada de errado em fazer aulas de *ballet* (MELGAÇO, 2016).

Seguindo uma linha profissionalizante do estudo do *ballet*, na Escola do Teatro Bolshoi no Brasil, de acordo com o Relatório de Atividades de 2018, de um total de 226 alunos matriculados, 46% são meninos. Já, analisando os resultados do processo seletivo para Escola de Dança em 2019 do Theatro Municipal de São Paulo, é

apresentado na lista de 70 alunos na faixa etária de 8 a 16 anos, aprovados, 18 são meninos. Isso nos mostra que a procura pelo ensino da dança por/para meninos é menor. Foi observado no Manual do Aluno do Theatro de São Paulo que existem mais vagas para meninos do que para meninas, visto a pouca procura e preenchimento dessas vagas. Com essas análises, percebe-se como uma propaganda de um ensino do exterior, ou seja, a Escola do Teatro Bolshoi no Brasil, atrai mais o interesse de meninos do que escolas nascidas no País.

Em pesquisa realizada por Susan Stinson (1998), com meninos em idade escolar que dançam, foi revelada que uma das maiores preocupações deles é que a dança seria uma aula para meninas. Os mais velhos, já se preocupam que as outras pessoas poderiam pensar que eles fossem homossexuais pelo fato de dançarem. A fim de cativar mais os meninos em aulas de *ballet*, Melgaço (2016) propõe dar um novo significado a alguns exercícios convencionais da área, como fazer embaixadinhas ou pé de palhaço, mostrando aos meninos que, na verdade, todos podem fazer *ballet*.

Em meados do século XIX, com diferentes esportes se difundindo em massa, esses se tornaram um centro de práticas masculinizante, como relatado por Bassetti (2013), tem se observado tentativas de normalizar a dança para homens por meio do esporte, enfatizando os benefícios e desafios e desafios de superação dos limites físicos.

Uma das coisas que também foi percebida por Bassetti (2013), em relação com à publicidade na dança foi que dos 67 anúncios impressos que colecionou (1958-2011) apenas 12 representavam homens e, entre eles, 4 se referiam ao *ballet* clássico. O que pode se compreender que não existe tanta representatividade do homem nessa área.

Por meio deste contexto, foi elaborada a pergunta problema deste projeto que questiona: como desenvolver, por meio do *design*, um projeto gráfico para incentivar o interesse de meninos e homens a arte e prática do *ballet* clássico?

Levando em consideração o problema apresentado, o presente estudo pretende encontrar uma solução de projeto visual gráfico, para a promoção do interesse da sociedade masculina no *ballet* clássico, assim como a diminuição de preconceitos existentes nessa arte. Assim, é apresentado no CAPÍTULO 2 de Revisão Teórica, uma breve história da dança e do *ballet*, no mundo e como a arte veio para o Brasil, também são retratadas algumas questões sobre a profissionalização da dança

no país, os benefícios que a dança gera para quem a pratica e aspectos da dança e do *ballet* como prática de atividade extracurricular. No contexto do *design*, são apresentadas definições básicas aplicadas ao *design* gráfico e a criação de projetos gráficos e também questões referentes a como o *design* se manifesta no *ballet* e na dança.

O CAPÍTULO 3 é dedicado a apresentação da metodologia utilizada, com base na metodologia de Bruno Munari (2008), dividindo-se em oito partes, que se agrupam em duas fases, a primeira de pesquisa e a segunda, de criação.

No CAPÍTULO 4 de Resultados e Discussões, é apresentada a análise das pesquisas feitas com diretores de escolas de dança, bailarinos meninos, bailarina entusiasta pesquisadora, e com o público em geral. O CAPÍTULO 5, foi destinado à Síntese do Projeto onde são apresentados os requisitos que serão necessários para o desenvolvimento do trabalho. Já os CAPÍTULOS 6 e 7 são apresentam toda a concepção criativa do projeto, como criação do *moodboard*, esboços, validação bem como a aplicação da identidade visual em peças gráficas, chegando no resultado final que está exposto de forma detalhada do CAPÍTULO 8, seguido das considerações finais do projeto.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo Geral

Propor a criação de um projeto de identidade visual em peças gráficas que promova e desperte a curiosidade e vontade de meninos e homens a praticarem o *ballet* clássico.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Investigar as dificuldades da inserção de pessoas do sexo masculino no *ballet* clássico;
- Compreender a história do *ballet* clássico no mundo e no Brasil;
- Analisar as formas de profissionalização na dança clássica no Brasil;

- Analisar como é feita a divulgação e oferta de aulas de *ballet* em escolas e estúdios de dança;
- Identificar a percepção do *ballet* pela sociedade;
- Criar visibilidade e interesse no *ballet* para meninos e homens que não tenham conhecimento da dança clássica.

1.2 Justificativa

Na cultura atual, o preconceito com meninos que dançam, principalmente *ballet*, ainda está muito presente, tanto dentro quanto fora da escola de dança. E isso por muitas vezes causa constrangimentos em meninos, fazendo-os desistir de uma atividade que os agrada e que poderia se tornar futuramente uma atividade profissional. O *design* pode permitir a ressignificação da imagem do *ballet* masculino e criar vantagens sociais e econômicas que serão esperadas a partir deste projeto.

Em questão das vantagens sociais, o projeto pretende reduzir o preconceito criado ao longo dos anos na sociedade o que tange o *ballet* ser percebida como uma atividade voltada para o público feminino, criando uma identidade de que o *ballet* é para todos. Além disso, a prática do *ballet* proporciona ao aluno inúmeros benefícios como coordenação, melhora na postura, autoconhecimento do corpo, musicalidade, ritmo e aprimoramento da concentração e o foco. No âmbito social, o aluno é incentivado ao contato com outros alunos, criando uma sociabilização e consequentemente a criação de novas amizades. O estudo do *ballet* clássico, proporciona um conhecimento da história da dança que normalmente não é estudado a fundo em aulas de história.

Já nas vantagens culturais, podemos esperar um aumento do conhecimento e divulgação de atividades que envolvem o *ballet* na comunidade. Como o mercado da dança é muito aquecido economicamente para o público feminino, com o projeto, mais marcas de vestuário de dança verão o potencial de mercado no público masculino, visto que atualmente são poucas opções de escolha de produtos ou de difícil acesso em cidades do interior. Assim como, marcas variadas poderão explorar mais a igualdade entre os gêneros por meio da dança para suas campanhas e ações publicitárias.

2 REVISÃO TEÓRICA

Neste capítulo, serão apresentados temas importantes para o desenvolvimento deste trabalho, entre eles: uma breve visão sobre a história da dança e do *ballet* clássico, a dança como profissão no Brasil, alguns dos principais homens bailarinos brasileiros, os benefícios do *ballet* e da dança, relação entre o *design* e *ballet* e a importância da comunicação visual na dança.

2.1 Dança

De acordo com Caminada (1999, p.1), “A dança, entendida como cópia ou interpretação de movimentos e ritmos inerentes ao ser humano, é tão antiga quanto o homem”. Paul Bourcier (2001), professor de história da dança na Universidade de Paris, descreve em seu texto as primeiras aparições da dança num contexto histórico, sendo uma das primeiras o laço entre as danças guerreiras e rituais agrários. Entre as pinturas rupestres, principalmente na África do Sul, Bourcier comenta que é possível observar cenas de dança, em solo ou coletivas com os participantes vestidas de animais em formas mais ou menos realistas, levando historiadores a acreditar serem rituais dirigidos a divindades locais.

Na civilização grega, a dança está presente na sua história do seu nascimento à sua morte (BOURCIER, 2001). Os gregos utilizavam a dança em todos os momentos da vida cotidiana, registros apontam danças de nascimento e pós-parto, nupciais e de banquetes, onde eram executadas por uma dançarina profissional.

Bourcier (2001) aponta que um dos primeiros livros impressos sobre a dança que se tem acesso é o *L'Art et l'Instruction de bien danser* (tradução nossa: A arte e a instrução de dançar bem), editado por Michel Toulouze, em Paris, entre 1469 e 1501.

As regras disciplinares e o aspecto de cerimônia formal na dança, começaram então aos poucos a serem implementadas, como relata Caminada (1999). Iniciou-se uma preocupação com a coordenação estética dos movimentos que, até então, eram instintivos e naturais do corpo, colocando o homem em frente das danças espetaculares, ou seja, o que conhecemos como espetáculo.

O *ballet* em seu significado consiste numa dança representada por bailarinos que, através de um cenário específico, com gestos, expressões e roupas próprias, contam uma história; bailado (Dicionário Online de Português, 2020).

2.1.1 História do *ballet*

Muitos pensam que o *ballet* tenha surgido na França, por causa de suas nomenclaturas oriundas da língua, mas na verdade ele veio da Itália no período do *Quattrocento* (BOURCIER, 2001). O *ballet* foi originário das danças de corte, eram espetáculos onde misturavam dança, canto e poesias, realizados nos salões de corte da Itália. Na França no período da Renascença (e do *Quattrocento* na Itália), a dança de corte passou a ser considerada uma dança erudita, além de metrificada era necessário saber os passos.

Bourcier (2001), mostra em seu texto que o balé de corte ganhou mais conhecimento no reinado de Luís XIII, como forma de afirmação do poder real, uma propaganda, não para o povo mas para os Grandes. Após o restabelecimento da autoridade real, o balé se transforma em uma cerimônia de bajulação ao rei. Após a morte de Luís XIII, uma nova forma de espetáculo estava sendo buscada, com uma técnica mais específica do que as de danças de corte.

O Rei Luís XIV ficou conhecido como “Rei Sol” (Figura 1, p. 15), teve sua estreia como bailarino no *ballet* Cassandra, em 1651, coreografado por Beauchamps. Mas foi no *Ballet de la Nuit*, montado em 1653 que representou o papel de Sol e, assim veio seu apelido.

Figura 1 - Luís XIV como O Sol no “*Ballet Royal de la Nuit*”



Fonte: Obvious (2015).

Luís XIV, em 1661, no primeiro ano de seu poder, querendo imobilizar o movimento em regras e oferecer ao movimento um rótulo de beleza formal, cria sua primeira criação acadêmica, a Academia Real de Dança. A missão principal da nova Academia é a conservação, assim, nenhum novo espetáculo de dança pode ser apresentado antes de ter a aprovação dos acadêmicos (BOURCIER, 2001, p.114).

No quesito da participação das mulheres no *ballet*, Hanna (1999) aponta que estas eram excluídas dos papéis pela igreja, que era dominante. “Mulheres bem-educadas não apareciam em palcos públicos, os homens dançavam os papéis das mulheres como travestis” (HANNA, 1999, p. 184). O rei da França Luís XIII dançou e assumiu papel de mulher em cena assim como Luís XIV também. No entanto, com o movimento artístico Romantismo, tem-se o surgimento do *ballet* romântico e das

sapatilhas de ponta, as bailarinas entraram em cena, sendo as principais figuras dos espetáculos, enquanto os homens passaram a ser coadjuvantes.

Em um panorama de linha do tempo histórica, Flávio Sampaio (2013) aponta que em 1672, foi criada a Academia Real de Música onde o compositor Lully era diretor, que foi o início do que hoje é conhecido como a Ópera de Paris, onde teve o início da sistematização do ensino do *ballet*. Já em 1700, quem codificou e trouxe o conhecimento das cinco posições dos pés foi Pierre Beauchamps (Figura 2), juntamente com a colaboração de Boucan Louis Pécourt e Jean Balon.

Figura 2 - Cinco posições dos pés por Pierre Beauchamps



Fonte: Nas Pontas (2019).

Somente após mais de 100 anos de evolução e aperfeiçoamento, em 1811, Louis Lacombe chega ao Brasil inaugurando a tradição da arte e da dança no país. E em 1927, Maria Olenewa (Figura 3, p.17) funda a Escola de Danças Clássicas com sede no Theatro Municipal do Rio de Janeiro. Maria Olenewa se torna a primeira diretora artística do *ballet* do Theatro Municipal do Rio de Janeiro, oficializado no ano de 1936 (SAMPAIO, 2013).

Figura 3 - Maria Olenewa



Fonte: Site do Theatro Municipal do Rio de Janeiro (1930).

De acordo com o site do Theatro Municipal do Rio de Janeiro, durante a direção de Maria Olenewa, em 1937 que estreou a Primeira Temporada Nacional de Bailados e a partir de então, o Theatro apresentou grandes *ballets*, dos quais grandes bailarinos internacionais participaram.

2.1.2 A dança como profissão

No panorama legal, a categoria profissional dos artistas da Dança está regulamentada pela Lei nº 6.533, de 24 de maio de 1978 e pelo Decreto-Lei nº 82.385 de 5 de outubro de 1978. Conforme art. 2º, inciso I, da lei citada anteriormente é considerado,

artista, o profissional que cria, interpreta ou executa obra de caráter cultural de qualquer natureza, para efeito de exibição ou divulgação pública, mediante os meios de comunicação de massa ou em locais onde se realizam espetáculos de diversão pública (BRASIL, 1978).

Além disso, para o profissional da dança poder atuar no mercado formal como em companhias de dança, é necessário que ele possua um registro profissional (DRT)

junto ao Ministério do Trabalho. De acordo com o Sindicato dos Profissionais da Dança do Rio de Janeiro (SPDRJ, s.d.), para retirar o registro profissional é necessário o cumprimento de um dos três requisitos apresentados abaixo:

- Apresentar diploma expedido por curso técnico ou diploma de bacharelado expedido por faculdade de dança;
- Ser avaliado através de provas práticas e teóricas que são realizadas pelo SPDRJ nos meses de Abril, Agosto e novembro;
- Avaliação através de análise curricular (SPDRJ).

Cada estado do Brasil possui o seu sindicato, alguns ligados aos artistas e teatros como o Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos de Diversões do Estado do Rio Grande do Sul (SATED). E outros mais centralizados na dança, como é o caso do Sindicato dos Profissionais da Dança do Rio de Janeiro (SPDRJ) (MUNDO BAILARINÍSTICO, 2017).

Sobre a profissionalização do *ballet* clássico e da dança no Brasil, Flávio Sampaio (2013) aponta que mesmo com a criação de um grande número de Cursos Superiores e Técnicos de Dança, existe uma problemática no quesito da iniciação da educação formal entre bailarinos. Isso quer dizer que para o bailarino que deseja seguir carreira na dança, é necessário que esse aprendizado seja adquirido quando mais jovem, antes de finalizar os estudos regulares do ensino médio, ficando essa iniciação restrita às academias e cursos livres de dança.

A pesquisadora Neves (2013) em seu estudo de caso com a Cisne Negro Cia. de Dança de São Paulo, relata que a profissão de bailarino é considerada um ofício que possui pouco reconhecimento como profissão. Exigindo muitos sacrifícios e com uma carreira de curta duração e muito concorrida. A qual pode vir a terminar mais cedo em detrimento do envelhecimento e limitações do corpo.

Sobre os recursos disponíveis, Flávio Sampaio (2013) comenta que a pouca literatura em português do ensino da dança clássica, fazem professores e bailarinos terem constantes dúvidas sobre os ensinamentos do *ballet*. Sem contar os diversos métodos do *ballet* que foram criados antigamente, no geral tudo é *ballet*, mas cada método se diferencia em nomes de passos e a execução deles. Mas claro que, o profissional que cresce mais é aquele que busca mais, mesmo com recursos mais escassos no país, quem quer corre atrás de conhecimento. “Ainda precisamos conscientizar os jovens professores de dança para que não ensinem apenas passos,

sem dizer para o aluno como eles nasceram, como se ligam entre si e formam uma linguagem, [...]” (SAMPAIO, 2013, p. 12).

2.1.3 Bailarinos homens no Brasil

Por mais que nos tempos atuais o *ballet* é comumente relacionado às mulheres, é importante destacar alguns bailarinos homens, que tiveram grande importância na história do *ballet* no Brasil, dos quais podemos citar Aldo Lotufo, Flávio Sampaio, Thiago Soares e Yoshi Suzuki.

Aldo Lotufo (Figura 4) foi bailarino e professor do Theatro Municipal do Rio de Janeiro por trinta anos, no período entre os anos 50 e 80. Estreou no “*Ballet da Juventude*” em 1984. Ingressou no Theatro Municipal em 1951 e cinco anos depois, foi promovido a primeiro-bailarino, posto que permaneceu até 1978. “Considerado pelos próprios companheiros, crítica e público como o maior de todos os bailarinos brasileiros, seu trabalho, durante vinte anos, foi fator condicionante para a realização das temporadas do Corpo de Baile” (CAMINADA, 1999, p. 384). Aldo dançou com quatro gerações de bailarinas, que vão de Maryla Germo a Ana Botafogo, ele dançou seu espetáculo de despedida em 1981.

Figura 4 - Bertha Rosanova e Aldo Lotufo



Fonte: Recanto das Letras (2014).

Flavio Sampaio (Figura 5) é bailarino, coreógrafo e *maître de ballet*, estreou no *ballet* Guaíra em 1977, dois anos depois ingressou na companhia (CAMINADA, 1999). Ele também esteve no Corpo Docente da Escola Maria Olenewa e assumiu posteriormente o posto de *maître de ballet* da companhia, considerado um dos orientadores mais requisitados. Já participou de workshops em Munique, Mainz e Buenos Aires e em 1996, escreveu o livro *ballet* essencial, que trata das correções posturais no ensino do *ballet* clássico.

Figura 5 - Flávio Sampaio



Fonte: Porto Iracema das Artes (2019).

Nascido em 1981, Thiago Soares (Figura 6, p.21) iniciou sua vida na dança por meio de um grupo de *street dance*, no bairro de Vila Isabel do Rio de Janeiro. Começou a estudar *ballet* clássico aos 15 anos, com a finalidade de melhorar os movimentos das danças urbanas. Depois de dois anos de dança clássica Thiago já integrava o corpo de baile do Theatro Municipal do Rio de Janeiro, então aos 21 anos, foi convidado a ingressar no *Royal Ballet* em Londres. Em 2006 alcançou o posto mais alto da companhia, o de primeiro-bailarino. Após 12 anos como primeiro-bailarino, em janeiro de 2019 Thiago deixou o cargo para trabalhar em novos projetos para sua carreira, um deles é a turnê do espetáculo “Thiago Soares e amigos” que passou por sete cidades do Brasil (MEDEIROS, 2019).

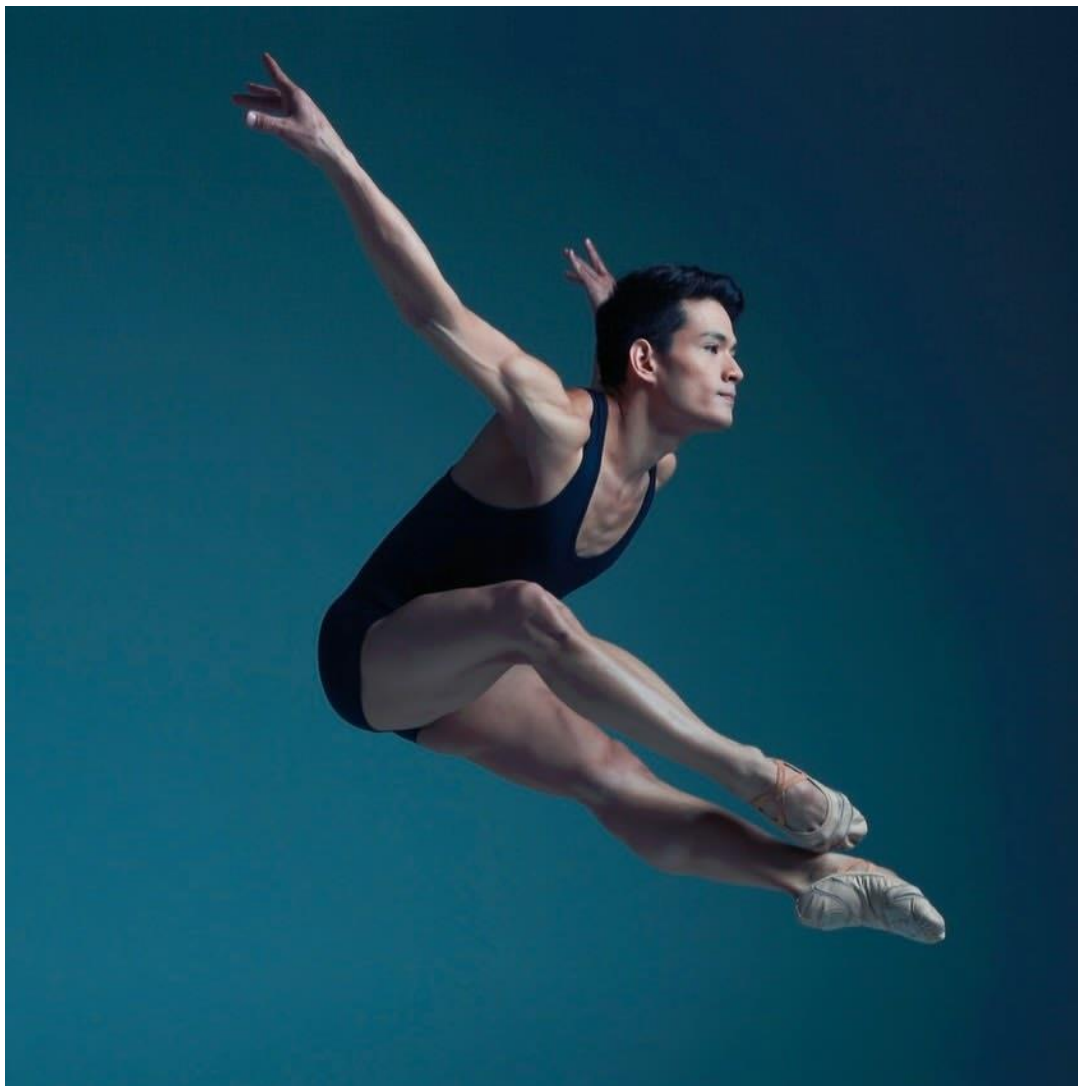
Figura 6 - Thiago Soares



Fonte: Instagram @_tsoares (2019).

Natural de Ribeirão Preto, Yoshi Suzuki (Figura 7, p.22) comenta em entrevista feita para o Mundo Bailarinístico (2017) que teve seu início na dança quando tinha 10 anos, quando começou a fazer aulas de sapateado. Então aos 12 começou a fazer aulas de *jazz* e dos 15 aos 17 anos participou de vários festivais de dança.

Figura 7 - Yoshi Suzuki



Fonte: Instagram @yoshi_suzuki (2019).

Em 2008 Yoshi participou da primeira audição para bailarinos da Companhia de Dança de São Paulo, passando a integrar a Cia. E em 2014 foi promovido a solista, posto o qual ocupa desde então.

2.2 Benefícios do *ballet* e da dança

O *ballet*, sendo uma modalidade de dança clássica, tendo seu início a mais de quatro séculos, Kassing (2016) aponta que mesmo tendo sua base na técnica, ela evoluiu no decorrer do tempo, com contribuições de coreógrafos e dançarinos. Absorvendo, assim, os princípios do movimento e a partir dele foram desenvolvidos vários estilos e métodos, sustentando a estética do *ballet* como arte performática.

Já é conhecido que qualquer atividade física tem seus benefícios e para o *ballet* não é diferente, além da amplitude de movimentos e a flexibilidade que é possível notar no *ballet*, Kassing (2016) aponta outros benefícios, que são: melhora da postura e coordenação, aumento atividade física contribuindo para a manutenção do peso e condicionamento físico, ganho de resistência e equilíbrio (Figura 8).

Figura 8 - Benefícios do *ballet*: postura e coordenação



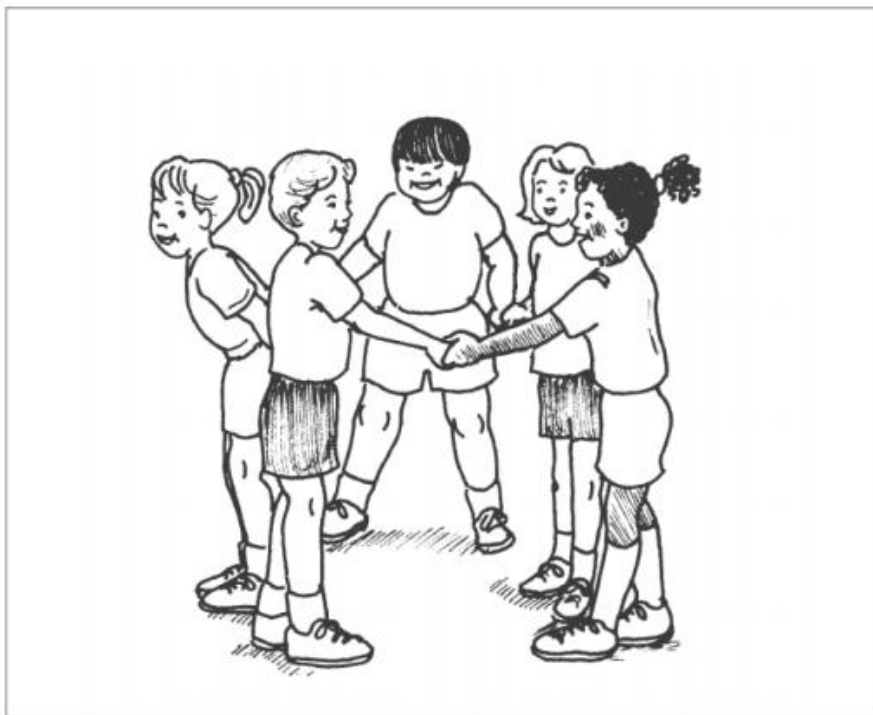
Fonte: Gayle Kassing (2016).

“O *ballet* também é uma intensa atividade mental e intelectual que demanda concentração, foco e atenção aos detalhes” (KASSING, 2016, p.10). Falasarella e Bernardes-Amorim (2008) comentam em seu estudo que acreditam que a dança por ser coletiva e lúdica, pode vir a facilitar os relacionamentos interpessoais, desenvolver a autoestima, a autoconfiança e o senso de responsabilidade, além de contribuir para o desenvolvimento do indivíduo como um todo. Além disso Kassing (2016) ressalta que o compromisso e a perseverança são dois aspectos que o *ballet* exige. Por ser uma técnica complexa o aluno não pode desistir no primeiro instante, pois é necessário prática e consistência para o desenvolvimento da excelência.

No âmbito da dança como atividade extracurricular, Cone (2015) aponta a dança na infância como uma forma de conhecimento, que une todos os elementos que fazem parte de um ser humano. E também, relata que quando as crianças entram em contato com a dança, em qualidade de bailarinos, observadores ou criadores, novas percepções de si e do mundo que os cerca são adquiridas. “Por meio da dança, as crianças aprendem a se conhecer melhor e a compreender os próprios movimentos

e pensamentos, assim como o que sentem e como se relacionam com os outros.” (CONE, Theresa P; CONE, Stephen L. 2015, p.7) (Figura 9).

Figura 9 - Ilustração de crianças em atividade de dança



Fonte: Cone (2015).

Já Nanni (2003), expõe o aprendizado da dança na infância combinada com a ludicidade e a interdisciplinaridade, de modo a integrar a dança ao processo de aprendizagem. Fazendo a criança se mover e aprender com seus movimentos, despertar a criatividade através dos movimentos, movimentar o corpo em relação ao tempo e espaço e aprender relações com o próximo e com o mundo.

Por meio de padrões básicos da Dança, a criança desenvolverá habilidades motoras fundamentais de acordo com Nanni (2003), ela irá se expressar pelo movimento. E com o conhecimento e percepção de distinção de forma, tamanhos, linhas retas ou curvas, o professor será capaz de explorar para estratégia de soluções de problemas, a multidisciplinaridade com a aula de dança.

2.3 Design e ballet

O vínculo da dança clássica com o *design* e as artes, se inicia desde sua criação. Bourcier (2001) relata que o *ballet* de corte, brincava e trabalhava com a

geometria. Conforme os bailarinos estavam posicionados, desenhavam formas e letras, muitas vezes em exaltação à figura do Rei. O *ballet* de corte foi pensado para ser visto de cima.

Mais tarde durante o Renascimento, ocorre uma ruptura do *ballet* com a ideia de ser uma dança popular, buscando assim a técnica que une a leveza, linhas que primam pela perfeição e expressão (BOURCIER, 2001).

Assim como no *design*, Dondis (2007), aponta que a linha nas artes visuais, tem por natureza própria uma grande energia, ela nunca é estática. E por ser linear e fluida permite uma grande liberdade de expressão.

Segundo Ambrose (2009), na questão da harmonia no *design*, aponta a proporção áurea como sendo a representação de proporções muito belas na antiguidade. A razão 8:13 em objetos, são agradáveis ao olhar. Essa razão pode ser encontrada em uma série de números que é denominada de sequência de Fibonacci.

Assim como no *ballet*, onde existe uma técnica de ligação entre os passos para que a composição fique harmoniosa e passe a sensação para o público de que os bailarinos estão fluindo no palco (BOURCIER, 2001), no *design* isso também é aplicado. Para criar o equilíbrio das informações que constam na diagramação, é utilizado um grid de linhas de base, que servirão como suporte para o posicionamento e alinhamento dos elementos, afim do usuário poder compreender as informações (AMBROSE, 2009).

O *design* e a dança se conectam cada vez mais, em julho de 2019 ocorreu o anual Festival de Dança de Joinville, de acordo com informações do próprio site, o festival foi citado como maior festival de dança do mundo pelo *Guinness Book* em 2005. E para a edição de 2019 foi produzida pela Mágica Comunicação a campanha para a divulgação do festival (Figura 10, p.26).

Figura 10 - Cartaz campanha 37º Festival de Dança de Joinville



Fonte: Mágica Comunicação (2019).

“A plasticidade dos movimentos se compara a obras de arte ganhando vida, bem diante dos nossos olhos. Ficar parado acaba sendo um desafio, diante de tantos ritmos e estilos” (MÁGICA COMUNICAÇÃO, 2019). A união da plasticidade dos movimentos de *ballet* com a arte pintada pela artista plástica Denise Schlickmann na bailarina, cria ao festival uma nova tonalidade ao evento e reforça ainda mais a arte e a dança.

Outra campanha da Mágica Comunicação que se destaca por trabalhar com aspectos do *design* e a dança, foi a produzida para a Prefeitura Municipal de Joinville em 2019, intitulada de Joinville Dança. Com intuito de enaltecer a dança e ir além dos palcos, fazendo a vida que cresce em Joinville virar coreografia. No vídeo institucional, são apresentados vários setores da economia e em todos a dança está presente com suas particularidades. Na Figura 11 (p.27) podemos ver a estética a qual a campanha está inserida.

Figura 11 - Cartaz da campanha Joinville Dança



Fonte: Mágica Comunicação (2019).

Mais um exemplo da mistura de dança com a artes plásticas, a coreógrafa Trisha Brown apresentou em 2008, em conjunto com uma exposição de seus desenhos, uma improvisação de movimentos com o corpo em um grande pedaço de papel colocado no chão. Trisha improvisou passos de dança enquanto desenhava (Figura 12, p.28).

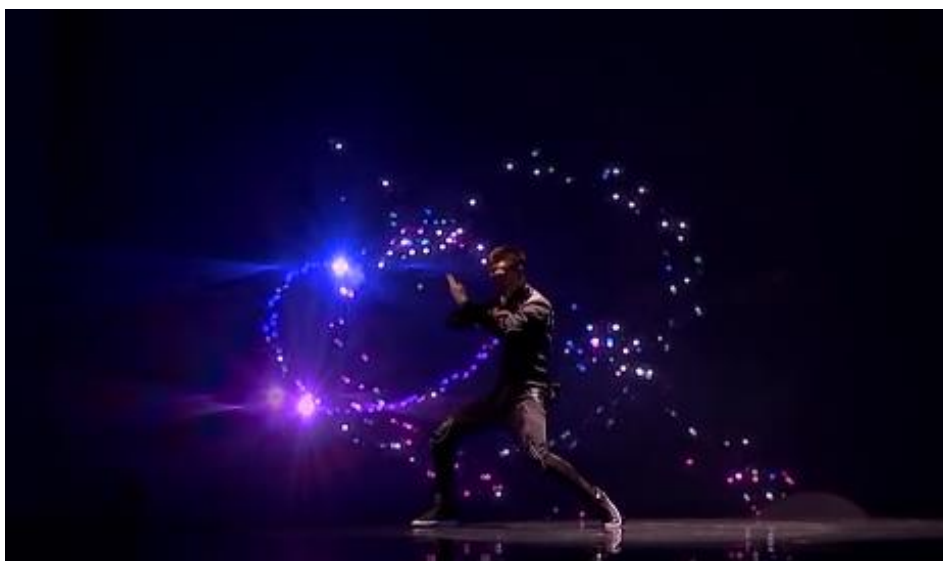
Figura 12 - Trisha Brown



Fonte: Walker Art Center (2008).

O jovem dançarino e *designer* Shijirbat, da Mongólia, apresentou em 2016 no Mongolia's *Got Talent* a união do *design* com a dança. A performance foi apresentada na semifinal do programa e contava com a projeção de animações gráficas no painel atrás do menino, que aconteciam no ritmo da harmonia e interagiam com a dança de Shijirbat (Figura 13).

Figura 13 - Apresentação de Shijirbat mistura dança e *design* gráfico



Fonte: Adaptado de vídeo Mongolia's Got Talent (2016).

Outro projeto de design ligado ao *ballet*, foi o projeto gráfico da identidade visual e a campanha do New York City Ballet (Figura 14). O projeto foi feito pela Pentagram liderado pela designer e sócia Paula Scher. A campanha foi lançada em 2008 junto com a temporada de outono do *ballet*. De acordo com o site da Pentagram, a identidade foi criada para ligar o legado e a localização da companhia a uma nova estética contemporânea e dramática. "A dureza da identidade é suavizada por sua transparência e uma gradação sutil de cores que incluirá tons de preto azulado, preto verde e preto vermelho" (PENTAGRAM, tradução nossa).

Figura 14 – Marca da Identidade para o New York City Ballet



Fonte: Pentagram

A identidade do New York City Ballet é complementada pelas fotografias feitas pelo fotógrafo Nick Heavican. A fotografia segue um caminho diferente do que normalmente é visto em fotos de bailarinos. Foram utilizadas fotografias recortadas, com a intenção de criar dramatização às imagens (Figura 15, p.30 e Figura 16, p.31). "Os dançarinos capturam a mudança de foco que uma pessoa experimenta enquanto assiste a uma apresentação, entrando e saindo do quadro"(PENTAGRAM, tradução nossa).

Figura 15 – Cartazes da Identidade Visual do NYC Ballet



Fonte: Pentagram

Figura 16 – Fachada do NYC Ballet com a nova identidade visual



Fonte: Pentagram

Visto que o *design* e o *ballet* têm uma relação estética, é necessário ressaltar a importância da comunicação visual para a criação de artes gráficas na divulgação do *ballet* e da dança, abaixo veremos alguns princípios básicos do *design* aplicados a cartazes e campanhas com a dança como conceito principal.

2.4 O *Design* na comunicação visual

O meio fundamental da comunicação social, hoje, está ligado ao *design* gráfico. Seja com o objetivo de melhorar o aspecto visual ou a compreensão do que nos rodeia, a sua especificidade consiste basicamente em transmitir sensações, emoções, informações e conhecimento (COSTA, 2011). Compreendendo que o *design* é “a atividade profissional que envolve todo o processo de criação e desenvolvimento de produtos com o fim de atender às necessidades da população em favor de uma vida melhor e mais prazerosa” (HSUAN-NA, 2018, p. 26).

O processo de diagramação e montagem de materiais gráficos se assemelham a uma estrutura de andaimes, o *grid* de linhas base é a base gráfica para a construção de um *design* (AMBROSE e HARRIS, 2009). Ele fornece um guia de posicionamento dos elementos com precisão. Algumas pessoas julgam os *grids* como uma boa ferramenta enquanto outras podem achar eles limitadores, o que depende muito do *designer* que utiliza-se dos grids e da habilidade em utilizá-los.

Mas antes de começar a diagramação e a utilização dos *grids*, as vezes se faz necessário na etapa de criação, a geração de alguns esboços para melhor visualizar a melhor alternativa, Ambrose e Harris (2011) apontam que a técnica serve como uma representação rápida de uma ideia no papel e por ser criado de forma instantânea, o esboço pode ser utilizado em várias etapas ao longo do processo de criação. Na Figura 17 pode ser observada um exemplo de esboço para diagramação de páginas de revistas.

Figura 17– Esboço de diagramação de páginas



Fonte: Ambrose e Harris (2011, p.78)

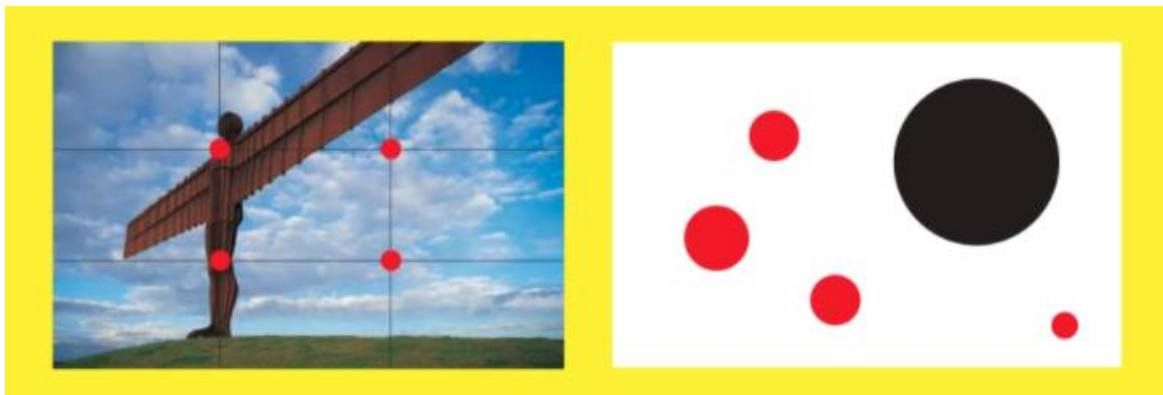
Com o poder de transmitir várias informações ou ideias, as imagens quando utilizadas, se tornam de grande importância para a compreensão e entendimento da peça gráfica, apontam Ambrose e Harris (2011). Por possuírem diferentes interpretações, as imagens podem ser moldadas pelos contextos em qual estão inseridos. É importante ressaltar que para a obtenção de efetividade da interpretação correta pelo público alvo, é necessário que ocorram pesquisas e discussões com o

mesmo para que o *designer* possa ter a melhor compreensão de seus pontos de vista e opiniões.

Ainda, devemos levar em consideração os pontos focais e as proporções das informações contidas no *layout*, existem dois métodos básicos de acordo com Ambrose e Harris (2011): a regra dos terços, que serve como guia para a composição de fotografias e projetos de *design*, sobrepondo um *grid* 3x3 na página e onde as linhas se cruzam, criando-se focos, pontos onde o conteúdo chama mais a atenção. E a regra dos ímpares, que consiste em posicionar um número par de objetos circundando o objeto principal, gerando assim, um número ímpar de objetos no total, fazendo com que os objetos de apoio gerem equilíbrio ao projeto e foquem a atenção do espectador no assunto principal (

Figura 18). Na arte gráfica para o *Australian Ballet* (Figura 19, p.34), podemos observar o uso das regras mencionadas acima.

Figura 18 – Regra dos terços e regra dos ímpares



Fonte: Ambrose e Harris (2011, p. 124).

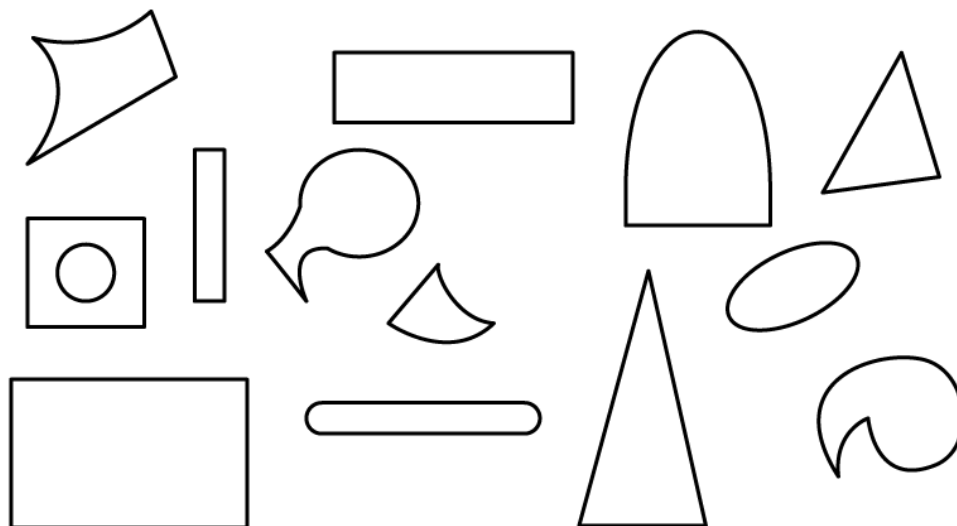
Figura 19 - Cartaz The Australian Ballet



Fonte: Ambrose e Harris (2011, p. 125).

Dondis (2006), aponta que a cor e a forma são consideradas uns dos principais elementos da comunicação visual. Em seu livro, ela coloca que a partir das três principais formas básicas: círculo, quadrado e triângulo equilátero, podendo criar variações infinitas (Figura 20, p.35) e a partir das suas características específicas são atribuídas uma grande quantidade de significados.

Figura 20 - Variações de formas

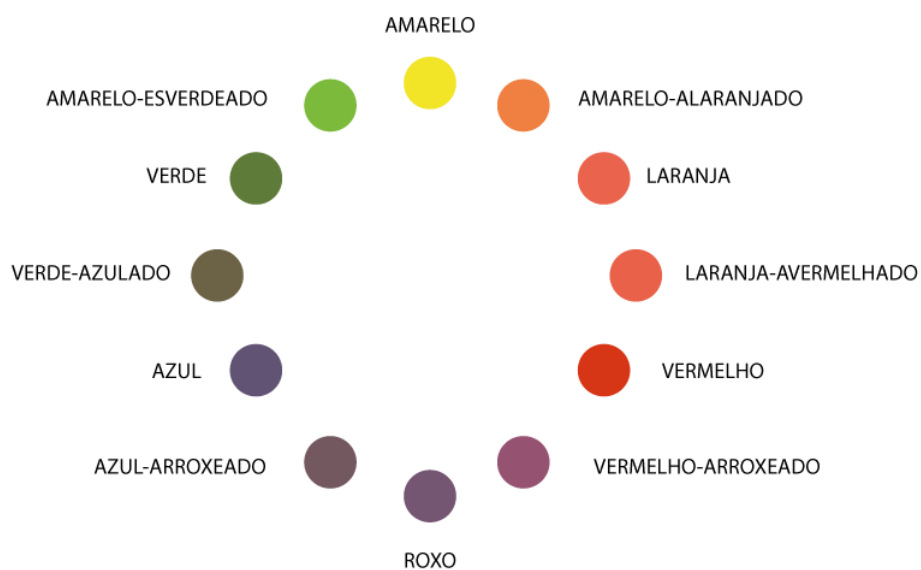


Fonte: Adaptado pelo autor com base em Dondis (2006, p.59).

Ao ser explorada, cada forma nasce de uma maneira diferente, com suas próprias medidas internas e comportando-se de formas diferentes (MUNARI, 2006).

As cores no *design*, podem assumir variados significados dependendo do contexto que estão inseridas. Abaixo, Costa (2011) descreve os significados de algumas cores: admite a cor branca dois valores de sentidos, um por estar no final da gama de cinzas, é atribuído seu valor neutro e também o branco pode ser potencializado quando combinado com outras cores. Costa (2011) aponta que a cor vermelha exprime vitalidade e está ligada ao princípio da vida e também da agressividade. No círculo cromático (Figura 21, p.36) a cor complementar ao vermelho é o verde, que traz uma sensação de mais tranquilidade e sobriedade, evocando também o mundo natural.

Figura 21 – Círculo cromático



Fonte: Adaptado pela autora com base em Dondis (2006, p.59).

Heller (2013), mostra em sua pesquisa que a cor azul é apontada como a cor da simpatia, harmonia e fidelidade, ela foi a cor mais escolhida pelos integrantes da pesquisa como a cor favorita. Na pintura antiga o azul teve grande importância como cor feminina, por ser considerada a cor simbólica da mulher de maior destaque no cristianismo, a Virgem Maria. (Figura 22, pag. 37)

Figura 22– Virgem Maria vestindo o manto azul



81△ Originalmente o rosa era uma cor masculina, razão pela qual o Menino Jesus frequentemente aparece trajando rosa - nunca azul-claro.
84▽ A filhinha da rainha Vitória. O bebê é a princesa Helena. Até 1900 o azul-claro era, como a cor da Virgem Maria, a cor para meninas.



Fonte: Heller (2013).

Mesmo não estando presente nas cores principais do círculo cromático, a cor rosa exprime suavidade e romantismo, assim como o *ballet* clássico, diretamente ligada ao feminino e a delicadeza (COSTA, 2011). De acordo com Heller (2013), existem muitos sentimentos que só podem ser descritos pelo rosa e todos estes sentimentos são positivos. "O cor-de-rosa é, na verdade, a única cor a respeito da qual ninguém pode dizer nada de negativo" (HELLER, 2013, p. 213).

Pela tradição antiga, Heller (2013) aponta que o cor-de-rosa é uma cor masculina, entendida como um vermelho em pequena escala e essa ligação que a cor rosa tem com o feminino, é uma construção social recente.

Em matéria para BBC News Brasil, Jo Paoletti conta que a cor que os bebês usavam era o branco a cem anos atrás, independentemente de ser menina ou menino (BBC NEWS BRASIL, 2019). Foi por volta de 1920, quando foi possível a fabricação de cores resistentes à fervura e com a moda colorida para bebês que o rosa passou a ser considerado feminino. Heller (2013) destaca que uma das causas o qual o rosa se tornou feminino foi porque a cor vermelha, considerada masculina, após a Primeira Guerra Mundial, desapareceu da moda masculina civil " e com isso passou a parecer ilógico usar o cor-de-rosa para meninos" (HELLER, 2013, p. 216). Nessa mesma época surgiu, de acordo com Heller (2013) uma revolução na moda chamada de "moda reformista" onde as crianças passaram a vestir roupas mais confortáveis, assim surgindo os trajes de marinheiro, tingidos com azul índigo. "Dos trajes de marinheiro, se derivou, com uma lógica quase que forçosa, o fato de que o azul-claro, ou o azul em geral, se convertesse em cor dos meninos" (HELLER, 2013, p. 216).

3 METODOLOGIA

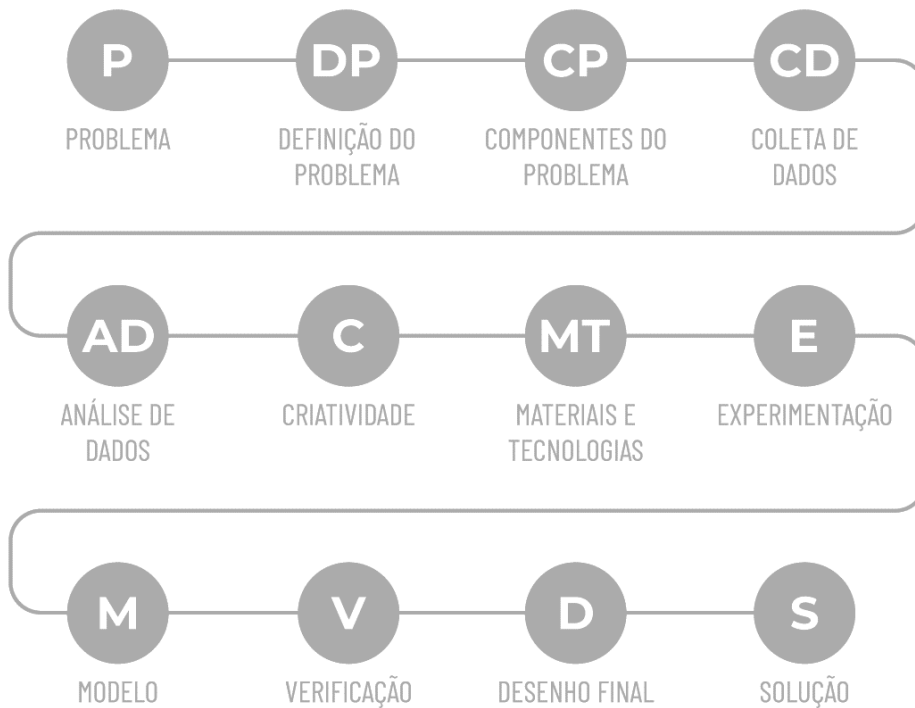
Segundo Munari (2008), o objetivo do método do projeto, é atingir o melhor resultado com o menor esforço. Utilizando uma série de operações colocadas em ordem, as operações seguem de acordo com uma lógica de projeto. Mesmo o projeto sendo algo que nunca tenha sido feito, não é recomendado iniciar o projeto sem antes ter um método. Primeiramente é necessário pesquisar se algo semelhante já fora feito, saber os materiais que foram utilizados, ter definido sua exata função do projeto entre outras questões.

“Criatividade não significa improvisação sem método [...]” (Munari, 2008, p.11). Nas mãos do projetista criativo, as séries de operações do método são formadas de valores objetivos, que são valores reconhecidos por todos como tal. Um projeto, mesmo possuindo um método a ser seguido, ele não deve ser considerado um bloqueador da criatividade do projetista. O método serve como um caminho que ao ser percorrido, contribuirá em novas descobertas que podem aprimorar o projeto ao longo do seu desenvolvimento.

O presente trabalho, teve como método a ser seguido, a metodologia proposta por Bruno Munari (2008), dividida em 12 etapas apresentada na Figura 23 (p.40).

Figura 23 - Metodologia de Bruno Munari (2008)

METODOLOGIA DE BRUNO MUNARI (2008)



Fonte: Da autora, com base em Munari (2008).

Foram adotadas as seguintes etapas para o processo de desenvolvimento do projeto, a partir da adaptação da metodologia de Munari (2008). As etapas estão identificadas na Figura 24 (p.41) e especificadas em seguida.

Figura 24 – Metodologia aplicada ao projeto



Fonte: Da autora (2020).

P - Problema: Munari (2008), aponta que o problema no *design* é o resultado de uma necessidade. Neste projeto, o problema está descrito de forma geral: “Como desenvolver, por meio do *design*, um projeto gráfico para incentivar o interesse de meninos e homens a arte e prática do *ballet* clássico?”. O problema está descrito no capítulo 1 deste documento.

DP/CP - Definição do problema: consistiu em identificar o problema a fim de definir os limites a serem trabalhados. Componentes do problema: Compreende-se por “componentes” os elementos que constituem o problema maior. Munari (2008) aponta que qualquer problema pode ser dividido em componentes, tornando-se subproblemas. Neste projeto, a definição e os componentes se encontram detalhados na Introdução e seus subcapítulos.

CD/AD - Coleta e análise de dados: fase de aplicação de pesquisas sobre *ballet*, com o público em geral por formulário do *Google*. Entrevistas em formulários com donos(as)/diretores(as) de escolas de dança do Rio Grande do Sul, pesquisa quantitativa e qualitativa com bailarinos ou que já tiveram experiência com o *ballet* clássico e uma entrevista não estruturada com Milena Pontes, bailarina e entusiasta da história do *ballet*. A partir da coleta, foi feita a análise de dados a fim de identificar

os desafios e dificuldades da promoção do *ballet* para o público masculino e qual caminho seguir na criação do projeto gráfico. Também foi realizada uma análise de peças gráficas investigando artes gráficas que escolas de dança, na região do Vale do Taquari e Rio Pardo, utilizam para a divulgação das aulas de *ballet*. A escolha das escolas a serem analisadas foi principalmente pelo prévio conhecimento das escolas pela autora e também por pesquisa de relevância no Google. Foram apresentadas também duas marcas criadas recentemente voltadas para o público do *ballet* masculino. O conhecimento das duas marcas apresentadas ocorreu em decorrência das entrevistas com os bailarinos que possuem mais ligação com o mundo do *ballet* masculino.

PC - Processo de criação: nesta fase, com material e conteúdos obtidos nas fases anteriores, foi possível iniciar o processo criativo do desenvolvimento da identidade. Na primeira fase do processo foi utilizada a ferramenta criativa de *moodboard*, que consiste na criação de um painel de referências visuais do conceito do projeto. Esse *moodboard* foi criado de uma forma mais ampla, englobando aspectos considerados interessantes para o projeto. Após a separação de referências no *moodboard*, foi realizado junto com um grupo de meninos bailarinos, um encontro virtual pelo Google Meet, apresentando e discutindo as ideias do *moodboard* e a partir deles, foram criadas alternativas para identidade visual a serem seguidas. No encontro virtual também fez-se o uso de outra ferramenta criativa para a criação do *naming* do projeto, o *Brainstorming* (chuva de ideias, em português) para a geração de alternativas.

MV - Modelo e verificação: Para fazer a escolha mais assertiva, foi feita uma seleção das melhores alternativas de ideias/esboços com o grupo de bailarinos e elas foram utilizadas em uma validação via formulário com algumas pessoas consideradas o público alvo do projeto. Após, foi feita análise de características das alternativas mais votadas foi passado para etapa da criação da identidade visual. Tendo o caminho da identidade criada, ela foi refinada e os desdobramentos foram gerados. O objetivo desta fase foi compreender melhor a visão masculina em percepção visual, a fim de identificar sua eficiência, coleta de resultados, positivos ou negativos para realizar os últimos ajustes do projeto.

S - Solução: por fim, é a última fase da metodologia deste projeto, que constituiu na finalização e apresentação das peças gráficas em visualizações de *mockups* e na concretização física de alguns cartazes.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Análise de peças gráficas

Com intuito de compreender mais sobre o universo do *ballet* em cidades do interior do Rio Grande do Sul, foi realizada uma análise de similares a partir de gráficas postadas em redes sociais de escolas de dança que oferecem a modalidade de *ballet* clássico para os alunos. As escolas analisadas foram escolhidas pela autora através de pesquisa ou experiência própria. Foram escolhidas para análise peças gráficas que abordam sobre a divulgação de matrículas para aulas de *ballet*.

É possível observar nas peças gráficas da Figura 25 (p.44) a predominância da cor rosa, muito característica do *ballet* e do feminino, pelo uso em sapatilhas e meia calça. Também é destacado nessas figuras o uso de imagens com meninas bailarinas, o qual parece ser o público principal dessas escolas de dança. O emprego de recursos visuais lúdicos que remetem ao universo feminino e infantil também é abordado nessas artes gráficas. As tipografias utilizadas nessas imagens, com uma estética mais manuscrita e divertida, também remetem ao público infantil ao qual as escolas buscam.

Figura 25 – Peças gráficas A, B e C



Fonte: adaptado de A: @alessandraespindola_danca (acesso em 2020); B: @arteescoladedanca (acesso em 2020); C: @pontinhadospesbale (acesso em 2020).

Nas peças gráficas, D e E da Figura 26 já é possível observar que elas trazem menos a predominância da cor rosa e também apresentam o *ballet* como uma atividade para meninas ou mulheres adultas, sem a identidade infantil que é observado acima. Ainda assim, o público feminino é fortemente representado pelas imagens de alunas praticando aula em sapatilhas de ponta e imagem de bailarinas representando o *ballet* de repertório "O Lago dos Cisnes". As tipografias utilizadas são apresentadas sem serifa e bordas arredondadas, deixando as peças gráficas com uma estética mais voltada para o público adulto, sem deixar de lado as informações de faixa etária das aulas.

Figura 26 – Peças gráficas A e B



Fonte: adaptado de A: @estudiodeveloppe.official (acesso em 2020); B: @studioballance (acesso em 2020).

É perceptível que nestas artes gráficas nenhuma faz alguma menção ou trazem visualmente a imagem de algum menino ou homem praticando aulas de *ballet* a fim de que ocorra o reconhecimento dos mesmos em poder praticar essa atividade.

4.2 Marcas voltadas ao *ballet* masculino

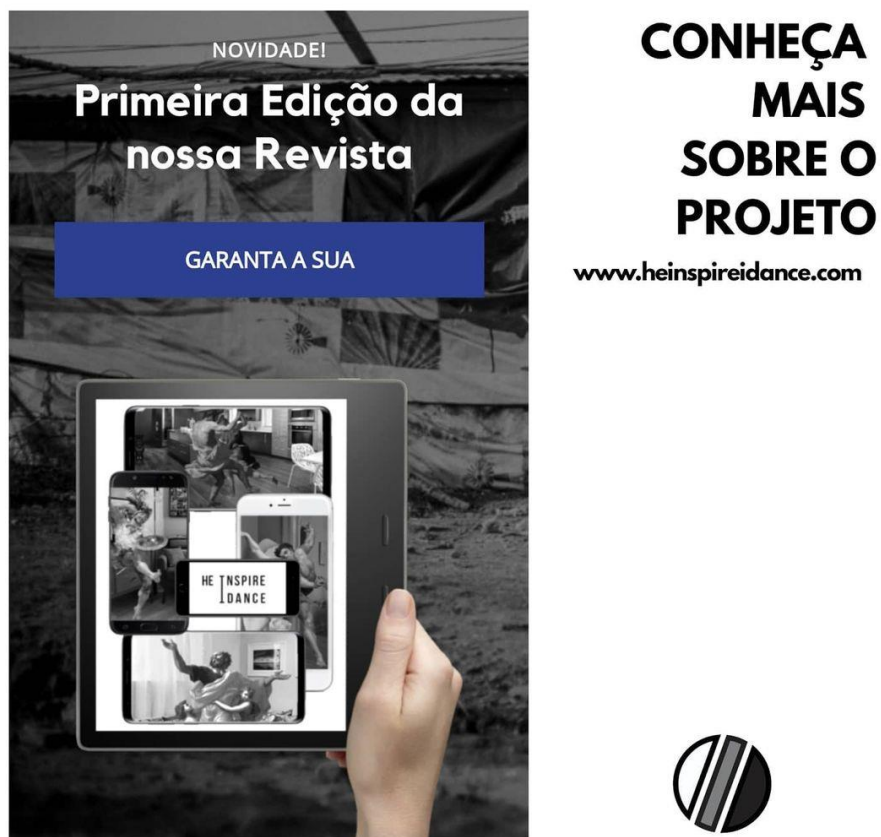
Recentemente algumas marcas e projetos têm surgido com o enfoque no mercado do *ballet* masculino, a seguir são apresentadas algumas marcas/projetos:

O projeto He Inspire I Dance, de acordo com o site, foi lançado no mesmo dia em que é comemorado na África do Sul e em outros países o Mandela Day, que consiste em incentivar as pessoas a passarem 67 minutos do dia prestando serviços e ajudando instituições de caridade, em homenagem à memória de Nelson Mandela, que passou 64 anos lutando pela igualdade social e racial.

A linguagem do projeto foi inspirada no movimento que defende a ideia de que meninos também dançam *#BoysDanceToo*. Para dar voz a diversos bailarinos e profissionais da dança e percebendo que homens e jovens ainda sofrem preconceito por dançar *ballet*, Armando Barros e Grant Stoud, criaram o projeto como uma plataforma de discussão, possibilitando a visibilidade de homens que podem ser considerados modelos para futuros meninos que desejarem fazer parte do mundo do *ballet* clássico.

Para manter a comunidade da dança unida, os fundadores do projeto criaram a primeira edição de uma revista eletrônica do He Inspire I Dance como forma de abrir o diálogo para o *ballet* masculino (Figura 27, p.46). A divulgação do projeto acontece principalmente pelo Instagram (Figura 28, p. 47) e tem parceria com algumas marcas de dança, de modo a gerar mais visibilidade.

Figura 27 – Peça gráfica do projeto He Inspire I Dance



Fonte: Instagram @heinspireidance (acesso em 2020).

Figura 28 – Instagram do projeto He Inspire I Dance



Fonte: Instagram @heinspireidance (acesso em 2020).

A revista contém um material com entrevistas com figuras masculinas no cenário do *ballet* clássico e foi realizada em colaboração com blogs e marcas importantes da indústria brasileira. E todos os recursos arrecadados com a venda da revista eletrônica será doado para o orfanato Give Them Hope Foundation na África do Sul.

A marca FiveForty (Figura 29, p.48) criada pelo bailarino brasileiro Luzemberg Santana, tem como intuito a promoção do *ballet* clássico e principalmente mostrar que homens podem dançar. As coleções de roupas criadas são todas unissex e demonstram apoio aos homens bailarinos para que não tenham vergonha em praticar o *ballet* clássico.

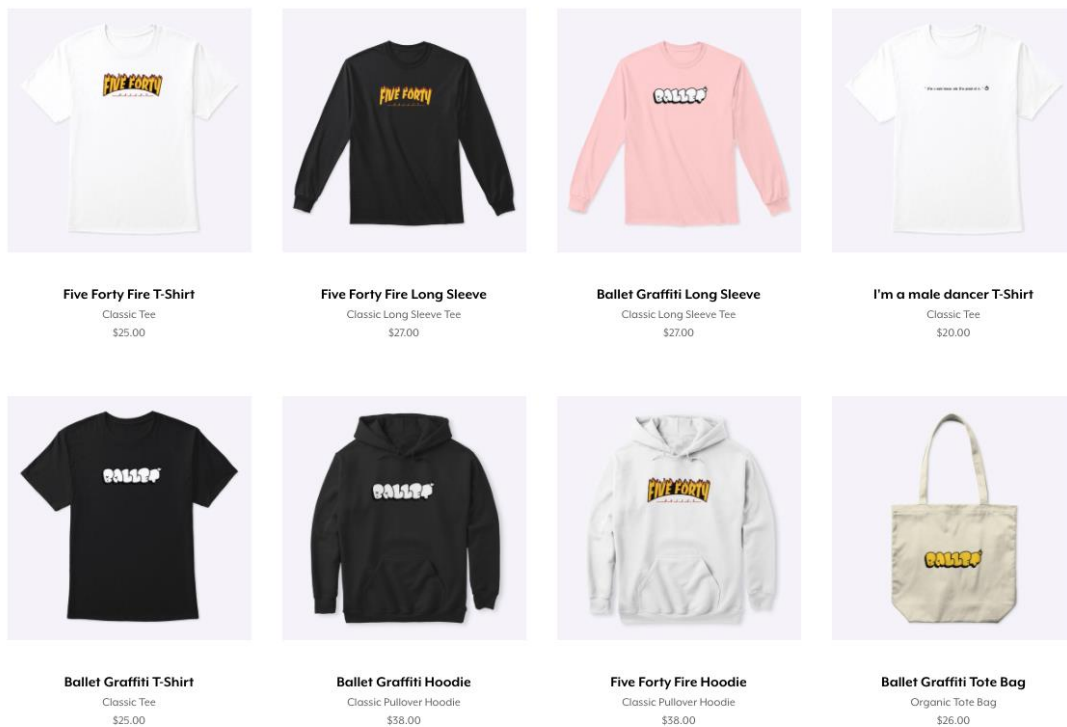
Figura 29 – Marca FiveForty



Fonte: site do FiveForty (2020).

A estética das estampas e da marca fogem do comumente visto em marcas que têm o *ballet* como nicho, seguindo um estilo mais descolado e descontraído (Figura 30).

Figura 30 – Site da marca FiveForty



Fonte: site do FiveFourty (2020).

O nome FiveForty é oriundo do nome de um passo de mesmo nome referente a rotação de 540° no ar, realizado por bailarinos homens e considerado o passo mais difícil de ser executado sendo necessário muita força e agilidade para o bailarino.

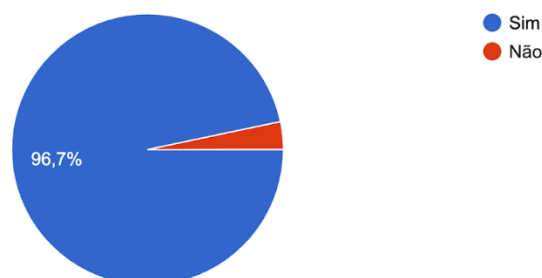
Como o bailarino e criador da FiveForty reside nos Estados Unidos, por enquanto as roupas só estão sendo comercializadas lá, mas em breve de acordo com postagens no Instagram, Luzemberg pretende trazer a marca para o Brasil.

4.3 Pesquisas e entrevistas

Com o propósito de compreender melhor a visão que a população têm sobre o *ballet* clássico, foi aplicado um questionário online quantitativo, por meio do Google Forms, entre os dias 02 a 14 de junho, o qual resultou na participação de 211 respondentes. Destas pessoas 70,1% são do sexo feminino e 29,9% do sexo masculino, sendo que a maior parte (26,5%) está entre 18 a 24 anos de idade, seguida pela faixa entre 25 a 34 anos (26,1%) e os que possuem idade entre 56 a 64 anos (18,5%). Quanto à escolaridade, 31,3% possuem um curso de Pós-Graduação, 30,8% possuem ensino superior incompleto e 28% tem o ensino superior completo.

Quando questionados sobre o interesse pelo estilo de dança de *ballet* Clássico, 66,4% dos respondentes disseram que sim, possuem interesse pela dança. Em relação a vontade de praticar *ballet* aliada ao medo de sofrer preconceitos, 23,2% das pessoas responderam que já sentiram vontade de praticar *ballet* mas tiveram medo de sofrer preconceitos, desses, 22,44% eram do sexo masculino. Na Figura 31 (p.50) podemos ver que 96,7% dos respondentes acredita que a cultura do *ballet* clássico deve ser mais incentivada no país. Este resultado pode ser afirmado pela pergunta em que foi questionado aos respondentes se já assistiram a um espetáculo de uma companhia de *ballet* profissional, 60,2% responderam negativamente.

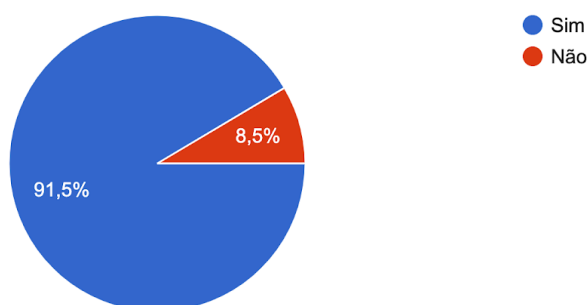
Figura 31- Resultado da pergunta “Você acredita que a cultura do *ballet* clássico deve ser mais incentivada no Brasil?”



Fonte: Da autora (2020).

Sobre a prática do *ballet* como atividade extracurricular, 92,4% acreditam que pode ser praticada por qualquer pessoa em qualquer idade, 7,1% disseram que pode ser praticada por crianças meninas e meninos e 0,5% apontam o *ballet* ser uma atividade que pode ser realizada por crianças meninas. Já na esfera profissional, 100% dos respondentes afirma que o *ballet* pode ser praticado por homens e mulheres. Na Figura 32 quando questionados sobre homens que dançam sofrerem algum tipo de preconceito ou não aceitação, 91,5% responderam afirmativamente achar que homens sofrem mais preconceitos na dança. É importante ressaltar que, entre os 8,5% que responderam negativamente sobre essa questão, 89,5% possuem idade acima dos 45 anos, mostrando o quanto o conhecimento sobre o preconceito no *ballet* é mais visto pelo público mais jovem.

Figura 32- Resultado da pergunta “Acha que homens que dançam sofrem algum tipo de preconceito ou não aceitação?”



Fonte: Da autora (2020).

Foram realizados também, dois questionários online pelo Google Forms com meninos bailarinos. Um quantitativo e outro qualitativo, com três bailarinos. Os questionários tiveram sua aplicação entre o dia 02 e 14 de junho.

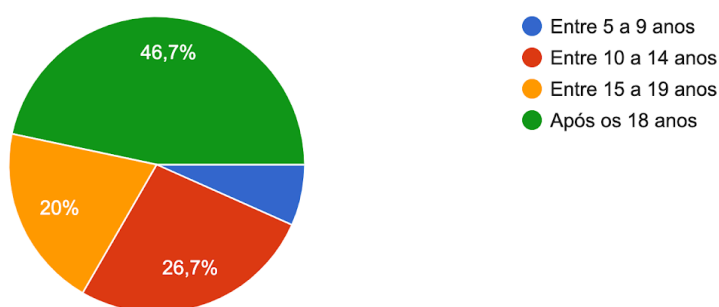
No primeiro questionário, quantitativo, obteve-se a participação de 26 respondentes, sendo eles 15 (57,7%) do sexo masculino, o qual era o público alvo de respondentes da pesquisa. Destes respondentes, o nível de escolaridade da maioria (33,3%) é o ensino médio completo, seguido de 26,7% com ensino superior incompleto e 26,7% ensino superior completo. A faixa etária da maioria dos respondentes (53,3%) ficou na faixa dos 20 a 24 anos de idade, e 20% entre 25 a 29 anos.

Quando questionados sobre o primeiro contato com o *ballet* clássico que despertou o interesse em praticar, 40% disse que foi por algum amigo ou familiar que já praticava *ballet* clássico, 33,3% responderam que foi por meio de um projeto de incentivo de uma instituição e 13,3% disseram que foi assistindo vídeos na internet.

Na entrevista qualitativa, o bailarino 1, de 25 anos, relata que seu início do *ballet* se deu por ter descoberto uma associação de escolas públicas e hoje ele agradece por isso que fez tudo mudar em sua vida.

De acordo com a Figura 33, ao serem questionados com qual idade começaram a praticar aulas de *ballet* clássico, 46,7% responderam que foi somente após os 18 anos de idade.

Figura 33 - Resultado da pergunta “Com qual idade você começou a fazer aulas de *ballet* clássico?”



Fonte: Da autora (2020).

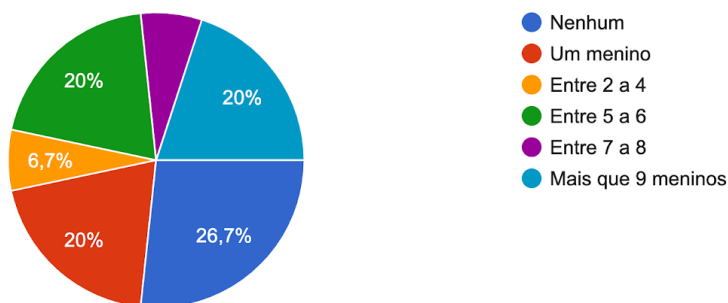
Muitos meninos além de sentirem preconceitos ao praticar o *ballet*, também podem não receber o apoio da família ao decidir praticar a atividade. Na questão sobre como foi a aceitação dos pais, aproximadamente 33,4% estão entre ruim, houve

relutância mas depois aceitaram; e péssima, a família não aceitou mas praticou o *ballet* mesmo assim. Os outros 66,7% ficaram entre as respostas, Ótima, aceitaram e me incentivaram; Boa, aceitaram numa boa; e normal. Na pesquisa qualitativa, o bailarino 1, conta que a reação de sua família ao contar a eles sobre querer praticar *ballet* foi "Bem assustadora e me perguntavam se eu iria aguentar o preconceito das pessoas", o bailarino 2, 23 anos, conta que começou o *ballet* com 18 anos pois seu pai não gostou muito da ideia, contudo quando seu pai o viu dançando pela primeira vez, disse que achou muito legal. Ele aponta que sua mãe e sua irmã sempre o apoiaram muito. Vindo de uma realidade um pouco menos comum, o bailarino 3, relatou que seus pais sempre incentivaram, pois eles também são bailarinos.

Em pergunta sobre se os respondentes do questionário quantitativo já sofreram algum tipo de preconceito por ser menino e dançar *ballet*, 66,7% respondeu que sim, já sofreu algum tipo de preconceito. Na pergunta sobre se a cultura do *ballet* na sociedade incentiva meninos à prática e o conhecimento da dança, 60% responderam negativamente.

Quando questionados sobre quantos meninos no círculo de pessoas próximas praticavam *Ballet*, 26,7% responderam que não havia nenhum, e 20% apenas um menino, na Figura 34 podemos perceber que 20% dos respondentes disseram que são próximos de mais que 9 meninos que praticam *ballet*, isso se deve pois são bailarinos que já fazem parte de companhias profissionais de dança, onde existem mais bailarinos homens nas turmas.

Figura 34 - Resultado da pergunta "No seu círculo de pessoas próximas quantos meninos praticam *ballet*?"



Fonte: Da autora (2020).

Em academias e escolas de dança que ofertam o *ballet* clássico, normalmente é mais comum vermos mais meninas praticando, quando questionados sobre se a

escola de dança promovia alguma ação para o incentivo do *ballet* masculino, 73,3% dos respondentes afirmaram que sim. Já quando questionados sobre marcas que vendem artigos de dança, 73,3% respondeu que não se sente representado por elas. Em outra pergunta sobre marcas de artigos de *ballet*, 80% dos respondentes afirmou não encontrar uma variedade de artigos de *ballet* voltados para o público masculino.

No questionário qualitativo, foi feito para os bailarinos uma pergunta sobre a associação da palavra *ballet* com às meninas bailarinas e o que poderia ser feito para que o *ballet* possa ser entendido na sociedade como uma atividade para todos. O bailarino 3, respondeu que "se as marcas de *ballet* utilizassem cores neutras ou propagandas de espetáculos mostrassem mais os homens dançando e mostrando seu potencial "atlético" isso começaria a mudar (espero)", o bailarino 1 comenta que poderiam existir aulas de *ballet* só para homens e o bailarino 2 apontou que deve ser dado mais visibilidade para arte em si "mostrando mais sobre o *ballet* e levando ao conhecimento das pessoas que o *ballet* pode ser praticado por todos independente do seu gênero, raça ou tipo de corpo".

Sobre o incentivo da cultura do *ballet* clássico ser mais incentivada no país, o bailarino 3 afirma que deve ser mais incentivado, além de que ótimos bailarinos saem do Brasil para dançar profissionalmente em companhias estrangeiras, então se houvesse um incentivo maior os bailarinos não teriam que recorrer ao exterior para crescer na carreira da dança. Sobre isso, o bailarino 2 comenta também que essa arte não é levada a sério no Brasil e ressalta, "o *ballet* não existe apenas para formar bailarinos e sim é uma ótima forma de trabalhar postura, ensinar o foco e ajuda no desenvolvimento de trabalho em grupo".

Como forma de compreender a visão profissional educativa do ensino do *ballet*, foi realizado uma pesquisa qualitativa com duas diretoras de escolas de *ballet*, localizadas em cidades do Vale do Taquari, as pesquisas foram feitas entre os dias 02 e 14 de junho por meio da plataforma de formulários do *Google*.

Em pergunta realizada sobre possuir meninos matriculados na escola, as duas diretoras responderam que possuem sim meninos matriculados e sobre a opinião de meninos praticarem o *ballet* clássico, ambas concordam que é importante para o desenvolvimento deles, além de mencionarem que a prática do *ballet* clássico é para homens e mulheres.

Na questão de meninos matriculados nas escolas e cursando *ballet* clássico, a maior quantidade que as escolas obtiveram foi de 3 meninos no *ballet* na escola da

diretora 1 e 4 meninos na escola da diretora 2. Sobre preconceitos com meninos que praticam o *ballet* clássico, e se já ocorreu alguma situação na escola, ambas diretoras apontam que dentro da instituição nunca ocorreu, mas a diretora 2, relata que "o preconceito por meninos dançarem *ballet* existe sim, principalmente em cidades do interior".

Sobre a mesma pergunta feita para os meninos bailarinos, em relação a associação da palavra *ballet* com às meninas bailarinas e o que poderia ser feito para que o *ballet* possa ser entendido na sociedade como uma atividade para todos. A diretora 1, aponta que as escolas de dança devem tentar ser imparciais nas divulgações e citações, "o que geralmente não acontece". A diretora 2 menciona que devem ser criados caminhos para esta mudança, "mostrando através dos exemplos que todos podem fazer *ballet*. Qualquer sexo, qualquer idade. A propaganda é importante e os relatos de quem faz por exemplo, meninos ou pessoas mais velhas que iniciam tarde", ela ressalta que como hoje temos muitas ferramentas que podem nos ajudar, como mídias sociais, a informação chega mais fácil ao público.

Para finalizar, a pergunta final foi feita em relação ao que pode ser feito para que homens, meninos e a sociedade em geral tenha mais curiosidade e conhecimento sobre o *ballet* clássico, as duas diretoras falam sobre mostrar exemplos de meninos dentro das aulas e em apresentações. A diretora 1 ressalta, "...mostrar mais sobre o início dessa arte que foi por longo tempo unicamente masculina". Claro que o objetivo do projeto não é a supremacia masculina no cenário do *ballet* clássico, mas sim uma tentativa de equiparação da participação de ambos sexos. A diretora 2 diz que podem existir mais investimentos em projetos escolares e projetos sociais, pois para ela, é na infância que os interesses começam a despertar. Além de destacar inúmeros benefícios do *ballet* para outras modalidades de danças "...o *ballet* é sem dúvida a melhor técnica para se trabalhar em um corpo em aprendizado. Para dançar jazz, dança de salão, dança contemporânea é importante saber antes o *ballet*". Para finalizar, ela aponta que "...a falta de cultura de uma região em relação a dança masculina, se dá, com a falta de vivência".

Em entrevista não estruturada, realizada no dia 13 de junho por chamada de vídeo no Google Meet, com a bailarina e entusiasta da história da dança Milena Pontes, aponta alguns aspectos que são interessantes de serem levados em conta na questão de fazer meninos terem mais interesse pelo *ballet* clássico. Ela relata que as escolas de dança poderiam fazer algumas ações para que os meninos se sintam mais

acolhidos, como por exemplo, turmas específicas só de meninos (quando a quantidade de meninos permitir isso), incentivar o contato com bailarinos e suas histórias por meio de filmes como *Billie Elliot*, o reforço sobre a história da dança e como os homens tiveram um papel importante no início do *ballet* e também a criação de um ambiente o qual meninos não se sintam intimidados ou representados. “Existem escolas que são decoradas para receber meninas, mas não estão prontas para receber meninos” e isso, de acordo com Milena, pode influenciar nas pessoas e principalmente nos pais o preconceito.

Sobre o preconceito que o *ballet* masculino têm na sociedade, Milena aponta que a conversa de professores com as pessoas e principalmente com os pais de meninos, deve ser baseada em argumentos com fatos da história do *ballet* com a explicação do porquê da vestimenta ser justa, dos movimentos suaves e que isso não irá influir na sexualidade da pessoa, assim os pais podem ter uma receptividade maior. Outro ponto que foi ressaltado por Milena é como a comunicação dentro de sala de aula com os alunos meninos, ela ressalta que os professores devem possuir um preparo para se comunicarem dentro da sala de aula com os meninos, utilizando uma linguagem mais apropriada, “a gente observa muitos cursos para professores em que são dadas dicas de como se comunicar com a criança por meio de temas lúdicos, mas sempre são usados exemplos muito femininos e eu não vejo uma preparação para que façam essa mesma ligação com as coisas do universo do garoto”.

5 SÍNTESE DO PROJETO

Por meio da análise dos resultados e discussões, associado ao embasamento do referencial teórico, foi obtido, conforme o Quadro 1, a síntese do projeto. O quadro foi dividido em 3 categorias, sendo elas, necessidades, propósitos e requisitos.

Quadro 1 – Relação entre necessidades, propósitos e requisitos para o desenvolvimento do projeto

NECESSIDADES	PROPÓSITOS	REQUISITOS
Conhecimento do <i>ballet</i> como atividade/hobby e como profissão	Meninos terem interesse de investigação e busca por informações	- Gerar curiosidade; - Instigar a busca por mais conhecimento sobre o <i>ballet</i> ;
Inclusão	Buscar realizar o projeto com a participação de bailarinos reais, que por meio de sua visibilidade, estimulem outros meninos	- Representatividade; - Pluralidade; - Contemplar a todos;
Desmistificação do preconceito com <i>ballet</i> masculino	Fazer os meninos e a sociedade sentir que o <i>ballet</i> não é algo exclusivo de um gênero ou classe social	- Promover o conhecimento da história por trás do <i>ballet</i> ; - Mostrar os benefícios da atividade física;
Fazer o <i>ballet</i> ser reconhecido pela essência da arte e não diretamente a uma cor, o rosa.	A cor rosa, associada ao <i>ballet</i> e ao feminino, pode não representar um papel convidativo ao público masculino	- Estudo sobre cores no mercado masculino; - Desmistificar o uso da cor rosa ser considerado feminino;
Visibilidade	Com a promoção da arte do <i>ballet</i> masculino, mais pessoas tem a oportunidade de conhecer a arte.	- Incentivar a promoção de ações culturais em cidades menores; - Mostrar histórias de meninos que praticam <i>ballet</i> ;

Fonte: Da autora (2020).

Este quadro foi uma parte importante do processo, pois possibilitou prevenir erros e problemas, saber o que estará ou não presente no desenvolvimento do projeto.

6 ETAPA CRIATIVA

Neste capítulo foi realizado todo o processo de criação da identidade visual, desde a criação do *naming*, estudos gráficos do logotipo, composição da identidade até a concepção das melhores alternativas da identidade visual para posterior validação.

6.1 Naming

A criação do *naming* para o projeto se deu a partir de um *brainstorm* de ideias juntamente com um grupo com 3 bailarinos homens via Google Meet. Com isso foi montado um painel pelo Figma¹ com as alternativas de nomes criadas conforme pode ser visto na Figura 35.

¹ Figma é um editor gráfico de vetor e prototipagem de projetos de design baseado principalmente no navegador web, com ferramentas offline adicionais para aplicações desktop para GNU/Linux, macOS e Windows.

Figura 35 – Painele de *brainstorm* de *naming*



Fonte: elaborado pela autora (2020).

A partir das ideias de nomes gerados, fez-se uma seleção juntamente com o grupo dos bailarinos, dos nomes considerados mais adequados para a proposta, os quais foram COISA DE MENINO, I DO DANCE e BALLET MASCULINO.

Com o intuito de tornar o projeto com futura abrangência internacional e por representar o projeto com uma frase de afirmação e de fácil pronúncia, o nome escolhido foi uma união entre dois dos nomes escolhidos, tornando-se I DO DANCE - BALLET MASCULINO. Para representar o tema que o projeto aborda foi escolhido usar como *tagline* o *BALLET MASCULINO*. Assim, o projeto futuramente poderá abordar outros temas que possuem preconceitos referentes ao mundo da dança como *BALLET ADULTO* ou *CORPO DE BALLET* entre outros.

6.2 Moodboard

Para iniciar os estudos para a identidade visual do projeto, foi necessária a criação de um *moodboard* com referências gráficas para ser possível ter um caminho

6.3 Desenvolvimento da Identidade Visual

Nesta etapa iniciou-se o desenvolvimento da Identidade Visual para o projeto. A criação da identidade visual para qualquer marca é de extrema importância, ela é responsável por criar a percepção a respeito do projeto. Segundo Wheeler (2008) os melhores sistemas de identidade possuem características por serem memoráveis, autênticos, significativos, diferenciados, sustentáveis e por agregarem valor.

6.3.1 Estudos logotipo

Com o nome do projeto escolhido o próximo passo foi a geração de alternativas para a assinatura/logotipo da identidade. As alternativas foram geradas com o uso dos softwares de criação e edição Illustrator² e Photoshop³, elas podem ser conferidas na Figura 37 e Figura 38 (p.62) a seguir.

² Adobe Illustrator é um editor de imagens vetoriais desenvolvido e comercializado pela Adobe Systems.

³ Adobe Photoshop é um software de edição de imagens bidimensionais do tipo *raster* desenvolvido pela Adobe Systems. Considerado líder no mercado dos editores de imagem profissionais.

Figura 37 – Geração de alternativas para assinatura/logotipo

IDODANCE
BALLET
MASCULINO

I DO DANCE

#IDODANCE
BALLET
MASCULINO

IDODANCE

IDODANCE

I DO BALLET
MASCULINO
DANCE

IDODANCE
BALLET MASCULINO

I DO
DANCE
BALLET
MASCULINO

I DO
DANCE

iDODANCE
BALLET MASCULINO

Fonte: da autora (2020).

Figura 38 – Geração de alternativas para assinatura/logotipo



Fonte: da autora (2020).

Dentre as alternativas expostas nas páginas anteriores, as opções escolhidas foram as indicadas na Figura 39 (p.63) criando dois modelos de assinatura, um selo e uma assinatura horizontal. A escolha de não criar um símbolo juntamente ao logotipo se deu pelo fato de manter o minimalismo no logotipo, já que a identidade visual do projeto complementa o logotipo. Após os primeiros estudos foi percebido que seria necessário o teste de aplicação da assinatura em estudos de peças da identidade visual como um todo para se obter uma melhor visualização da assinatura. Então o processo de definição do logotipo ocorreu juntamente com o processo de criação da identidade gráfica do projeto em si.

Figura 39 – Versões de logotipo escolhidas



Fonte: da autora (2020).

A escolha das versões de logotipo foram feitas por possuírem uma leitura mais fluída e serem mais minimalistas, permitindo que outros aspectos da identidade se destaquem no projeto gráfico. A família de fontes utilizada para o logotipo foi a Darker Grotesque.

6.3.2 Fotografia

Uma das ideias principais da identidade foi a utilização de fotografias de bailarinos e que se manteve desde a primeira troca de ideias e montagem do *moodboard*. Nos estudos foram utilizadas imagens em preto e branco (Figura 40, p.64; Figura 41, p.65; Figura 42, p.66) com o intuito de criar uma uniformidade com as diferentes fotografias, contraste entre as cores utilizadas na identidade e também realçar a musculatura dos bailarinos.

Figura 40 – Fotografia do bailarino Denilson Almeida



Fonte: Carol Lancelloti (2019).

Figura 41 – Fotografia do bailarino Marlon Sales



Fonte: Carol Lancelotti (2019).

Figura 42 – Fotografia do bailarino Ruan Galdino



Fonte: Carol Lancelloti (2019).

As fotografias utilizadas para compor a identidade foram de bailarinos brasileiros como Marlon Sales, Ruan Galdino e Delinson Almeida, fotografadas e disponibilizadas pela fotógrafa Carol Lancelloti e previamente autorizadas pelos bailarinos também. De repositórios online grátis foi possível encontrar somente uma imagem de bailarino homem no Adobe Stock, que na época estava liberado o *download* de algumas imagens gratuitas.

6.3.3 Estudos Identidade Visual

Usando como base algumas características presentes no *moodboard* criado anteriormente, a autora iniciou os estudos de cartazes para nortear a identidade visual. Enquanto estavam sendo realizados os estudos para o logotipo da identidade do projeto, a autora notou ser necessário aplicar alguns estudos dos logotipos aos estudos gráficos de cartazes. Com isso foram geradas algumas alternativas, (Figura 43, p.68; Figura 44, p.69; Figura 45, p.70; Figura 46, p.71; Figura 47, p.72) nessa geração foram utilizados os softwares de edição Illustrator e Photoshop para criação.

Figura 43 – Geração de alternativas identidade visual



Fonte: Da autora (2020).

Figura 44 – Geração de alternativas identidade visual



Fonte: Da autora (2020).

Figura 45 – Geração de alternativas identidade visual



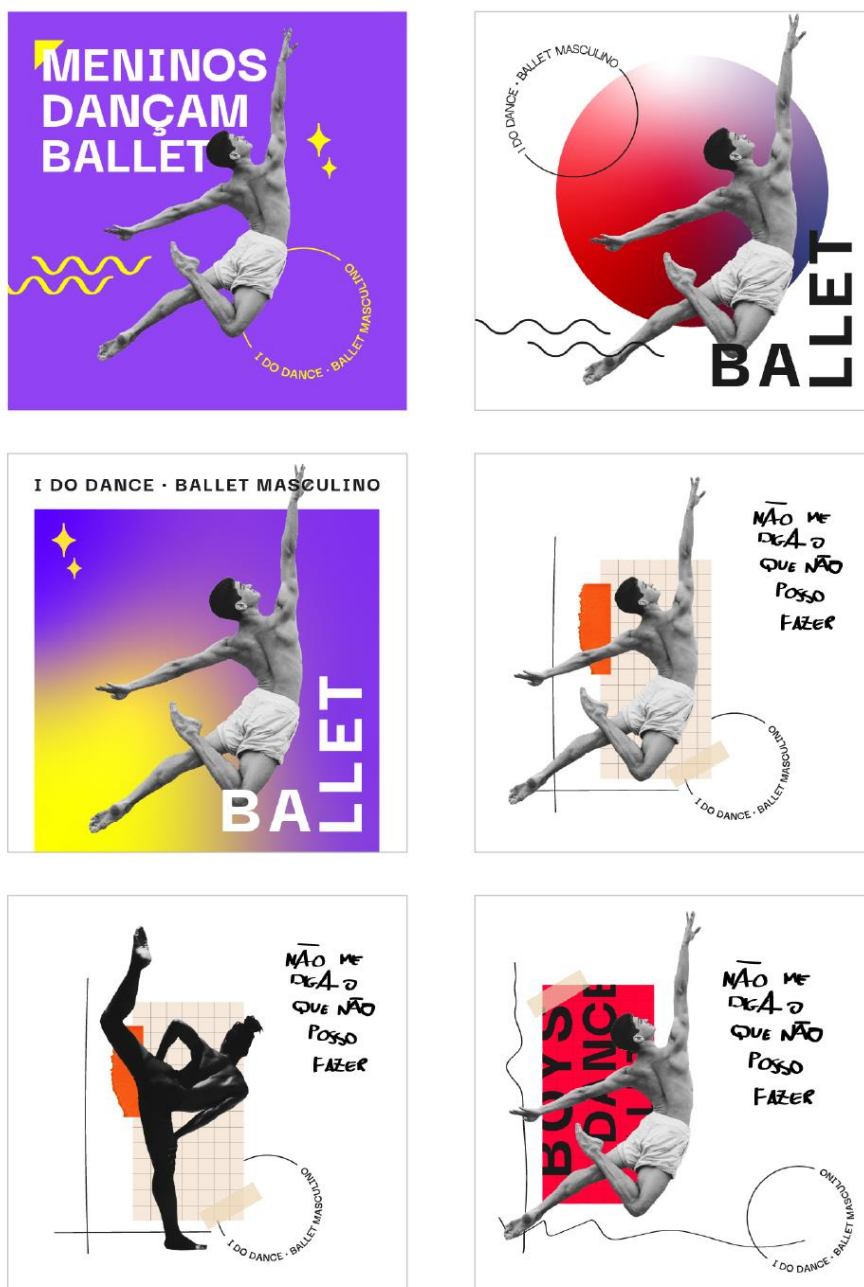
Fonte: Da autora (2020).

Figura 46 – Geração de alternativas identidade visual



Fonte: Da autora (2020).

Figura 47 – Geração de alternativas identidade visual



Fonte: Da autora (2020).

Afim de validar e compreender melhor por qual alternativa seguir e quais elementos são considerados os mais adequados, a autora juntamente com a visão dos bailarinos escolheu 6 das 38 alternativas para gerar uma etapa de verificação que foi explicada no próximo capítulo 7 Verificação.

7 VERIFICAÇÃO

A etapa de verificação serviu para a autora adquirir mais conhecimentos de gostos estéticos que o público do projeto se identifica mais. Com isso, a partir da escolha das 6 melhores alternativas, foram aplicadas em *mockups* que representavam a tela de um celular nos *stories* do Instagram e aplicadas em um formulário do Google. Os respondentes puderam avaliar cada alternativa com notas de 1 a 10 e também formular comentários no espaço que fora destinado a isso no formulário.

Os modelos escolhidos para esta etapa podem ser observados nas Figuras 48 (p.74), 49 (p.75), 50 (p.76), 51 (p.77), 52 (p.78), 53 (p.79). É importante ressaltar que os modelos escolhidos para verificação não estavam completamente finalizados, servindo como base para a identidade finalizada posteriormente.

Figura 48 – Modelo para verificação com o público



Fonte: Da autora (2020).

Figura 49 – Modelo para verificação com o público



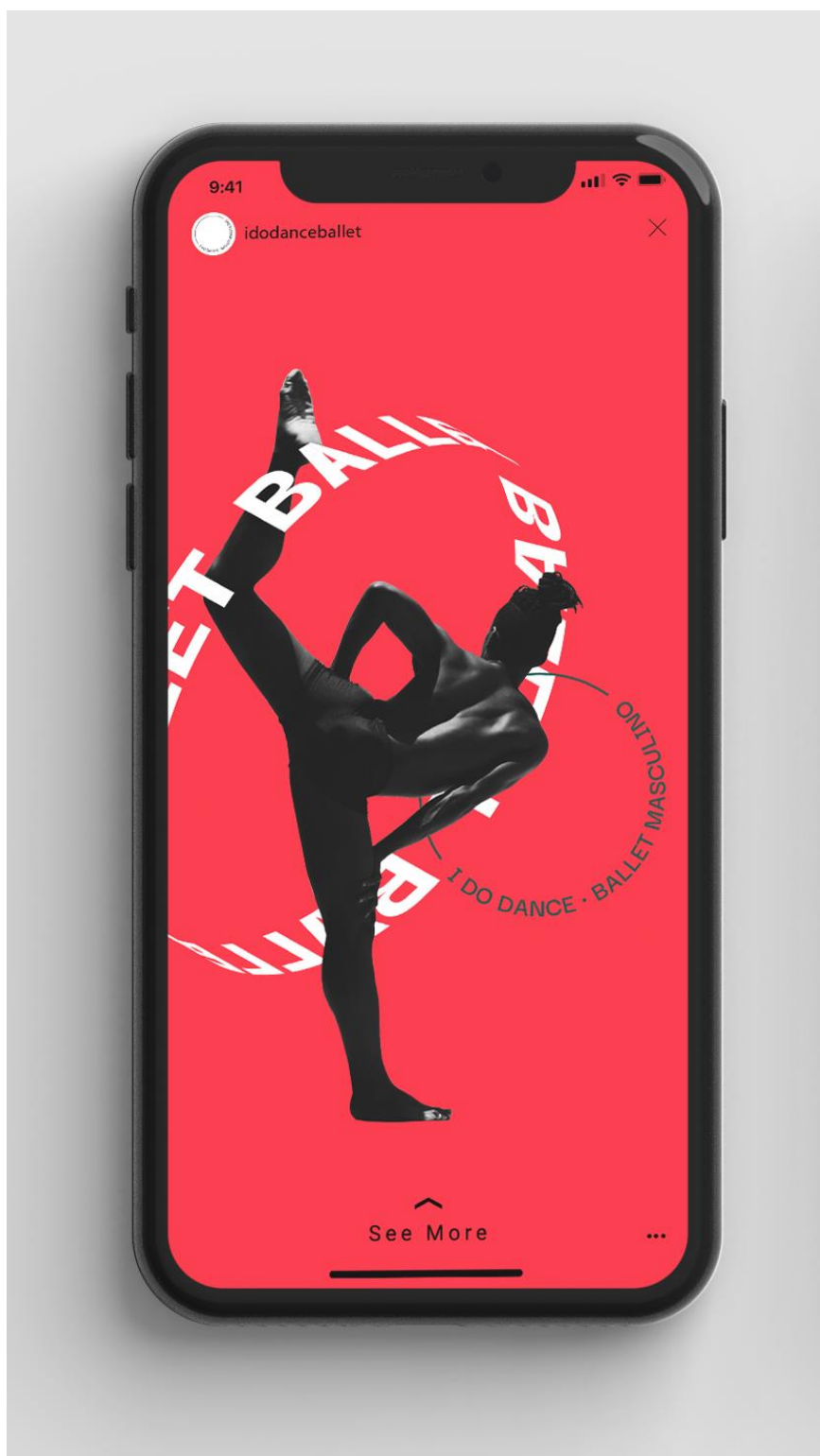
Fonte: Da autora (2020).

Figura 50 – Modelo para verificação com o público



Fonte: Da autora (2020).

Figura 51 – Modelo para verificação com o público



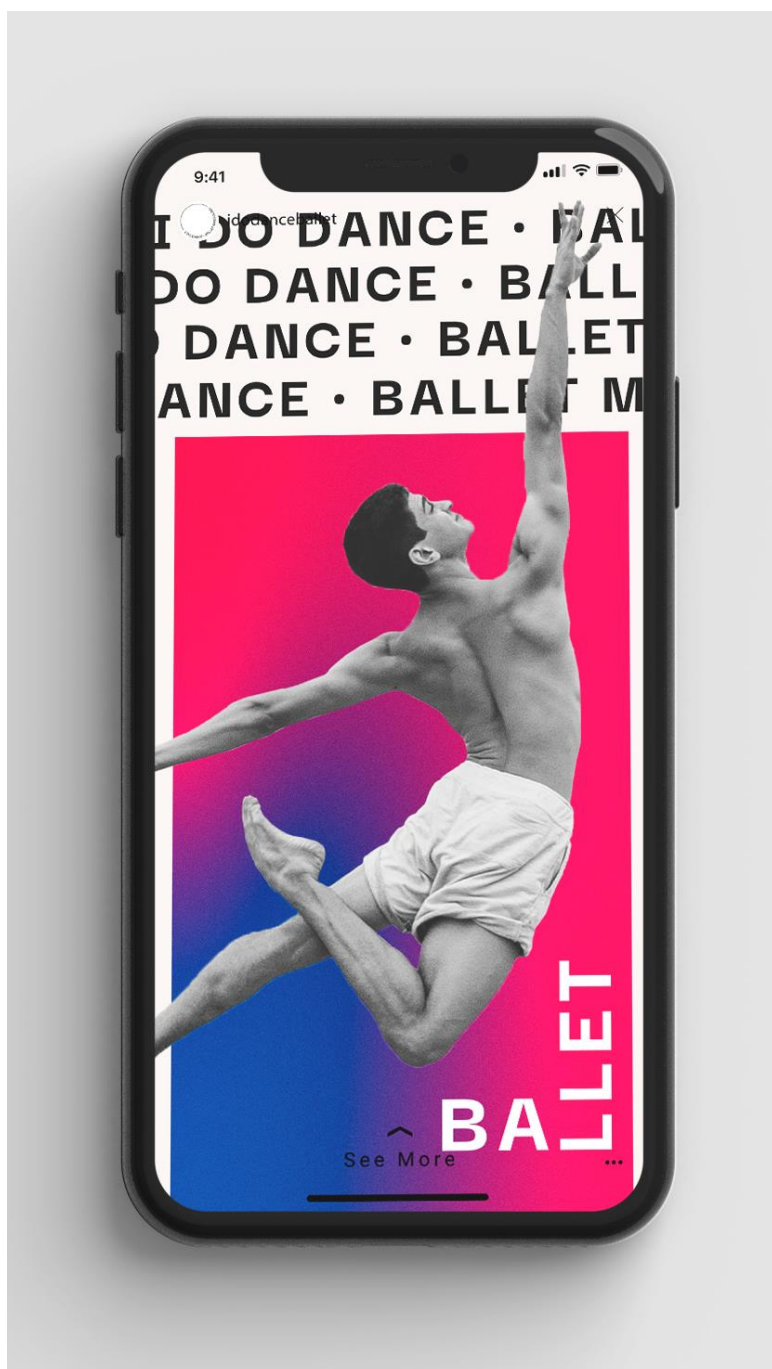
Fonte: Da autora (2020).

Figura 52 – Modelo para verificação com o público



Fonte: Da autora (2020).

Figura 53 – Modelo para verificação com o público



Fonte: Da autora (2020).

Com o formulário respondido por pessoas consideradas o público alvo e importantes para o projeto, foram analisadas a média das notas dos modelos e a partir das três melhores colocações, foi possível avaliar quais características seriam importantes a identidade visual do I DO DANCE. Os modelos com as maiores notas foram as Figura 48, Figura 49 e Figura 51 anteriormente apresentadas.

8 DESDOBRAMENTOS DA IDENTIDADE

Este capítulo apresentará as definições para a identidade visual e resultado final do projeto a partir das considerações coletadas nos capítulos anteriores.

8.1 Paleta de cores

Como ponto inicial para definição para identidade, de acordo com apontamentos feitos pelos bailarinos e respostas no formulário de validação, cores vibrantes e contraste entre elementos foram algumas das características apontadas importantes para identidade.

A paleta de cores foi criada além de definir as cores da marca ela foi criada com intenção de transmitir por completo o propósito do projeto. Segundo Heller (2013), cada cor causa uma impressão e essa impressão é determinada pelo contexto ao qual ela se encontra ou seja o emaranhado de significados em que a percebemos. As cores para esse projeto foram pensadas a partir da pesquisa de cores de Heller (2013), que são as seguintes:

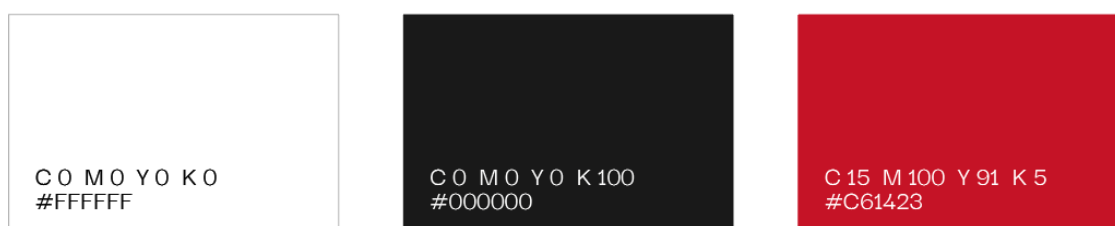
- Branco: é relacionada a cor dos deuses e também pode ser relacionada ao *ballet*, muito presente em vestimentas de *ballets* de repertório, revelando leveza e pureza.

- Preto: relacionada com elegância e de acordo com a pesquisa de Heller (2013) de maior preferência dos jovens a cor criar um contraste com o branco de modo a valorizar as outras cores da paleta. No projeto ela se encontra em predominância nos textos e principalmente nas fotografias, criando o contraponto do efeito preto e branco.

- Vermelho: cor intensa que tem como objetivo transmitir o dinamismo e atividade o qual o *ballet* proporciona. Heller (2013) aponta que o vermelho é a cor simbólica de atividades que exigem mais paixão do que compreensão.

A Figura 54 apresenta as cores e suas padronizações RGB⁴ para a reprodução digital e CMYK⁵ para impressão.

Figura 54 – Paleta de cores



Fonte: elaborado pela autora (2020).

8.2 Tipografia e *lettering*

Após os estudos realizados e a aplicação da validação para identidade visual, como mencionado anteriormente a família tipográfica utilizada para o logotipo foi a Darker Grotesque. E para textos longos com mais informações foi utilizada a família Nocturne Serif, com intuito de gerar contraste a identidade.

Percebendo a necessidade de trazer mais personalidade a identidade, para as frases curtas a autora criou *letterings*⁶ feitos à mão com uma caneta de ponta pincel como pode ser visto nas Figura 55 e Figura 56 na página 82.

⁴ RGB (Red, Green, Blue) é a abreviatura de um sistema de cores aditivas em que o Vermelho, o Verde e o Azul são combinados de várias formas de modo a reproduzir um largo espectro cromático. Representa o método de cores utilizado nos monitores.

⁵ CMYK é a abreviatura do sistema de cores utilizadas para reprodução de materiais impressos. O sistema é subtrativo e formado pelas cores Ciano, Magenta, Amarelo e Preto.

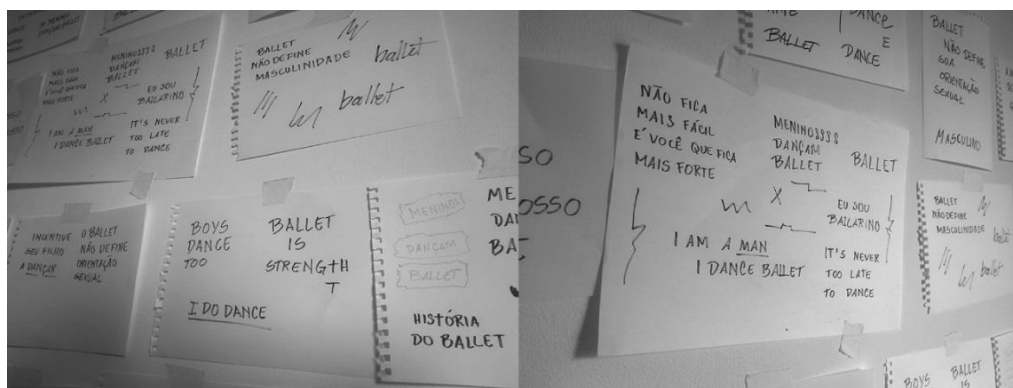
⁶ *Lettering* é um termo em inglês que abrange a arte de desenhar letras, e vez de simplesmente escrevê-las.

Figura 55 – Estudos dos *letterings* produzidos para a identidade visual



Fonte: Da autora (2020).

Figura 56 – Estudos dos *letterings* produzidos para a identidade visual



Fonte: da autora (2020).

Escolhidas as frases para compor a identidade, elas foram fotografadas e tratadas no *software* de edição Photoshop para serem aplicadas nos materiais da identidade visual.

8.3 Finalização da identidade visual

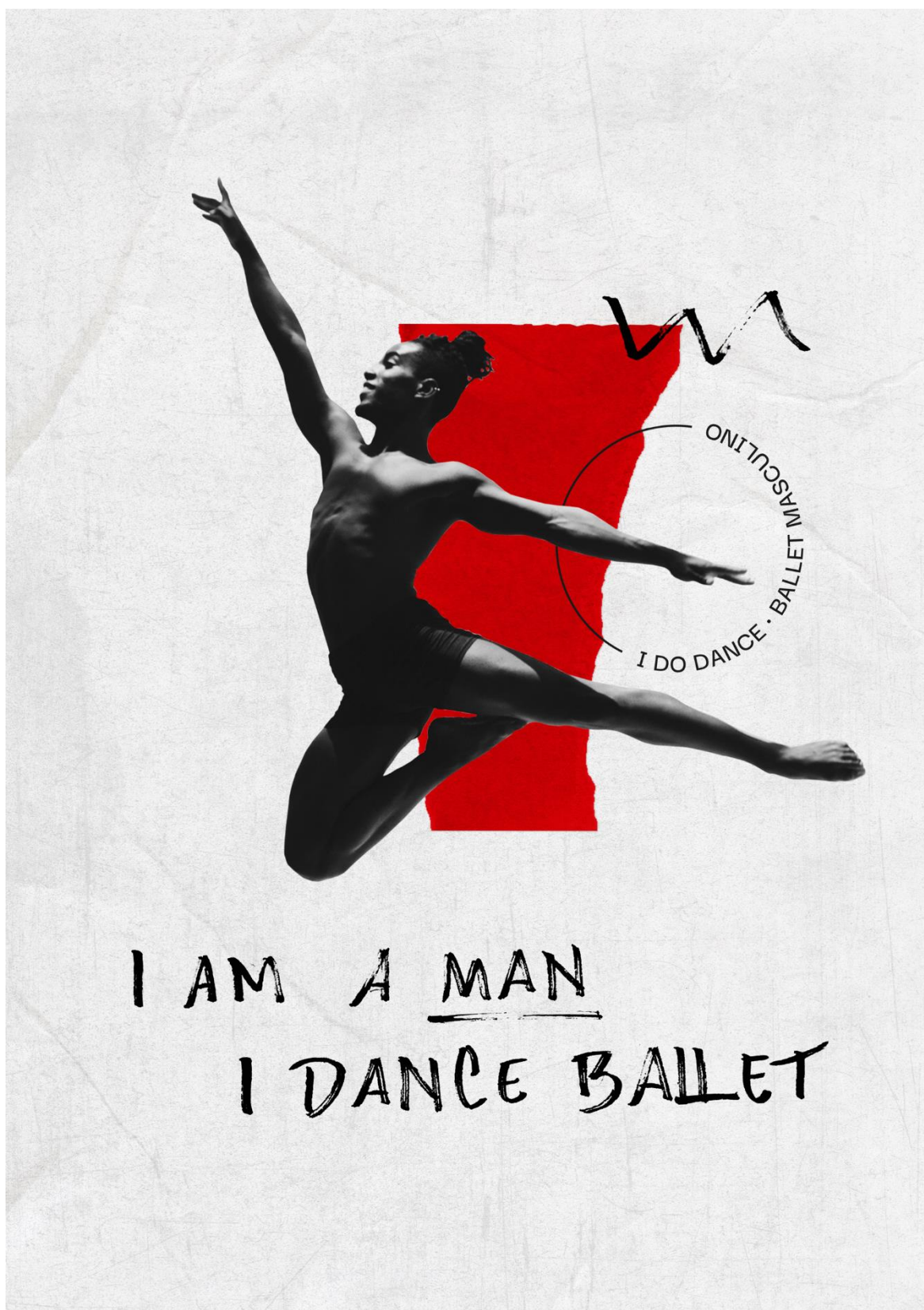
A partir da conclusão das etapas anteriores, é possível chegar na concretização da identidade visual final. Na solução a identidade é finalizada e apresentada em cartazes no formato A4 (Figura 57, p.84; Figura 58, p.85; Figura 59, p.86; Figura 60, p.87; Figura 61, p.88; Figura 62, p.89; Figura 63, p.90; Figura 64, p.91; Figura 65, p.92).

Figura 57 – Cartaz identidade visual



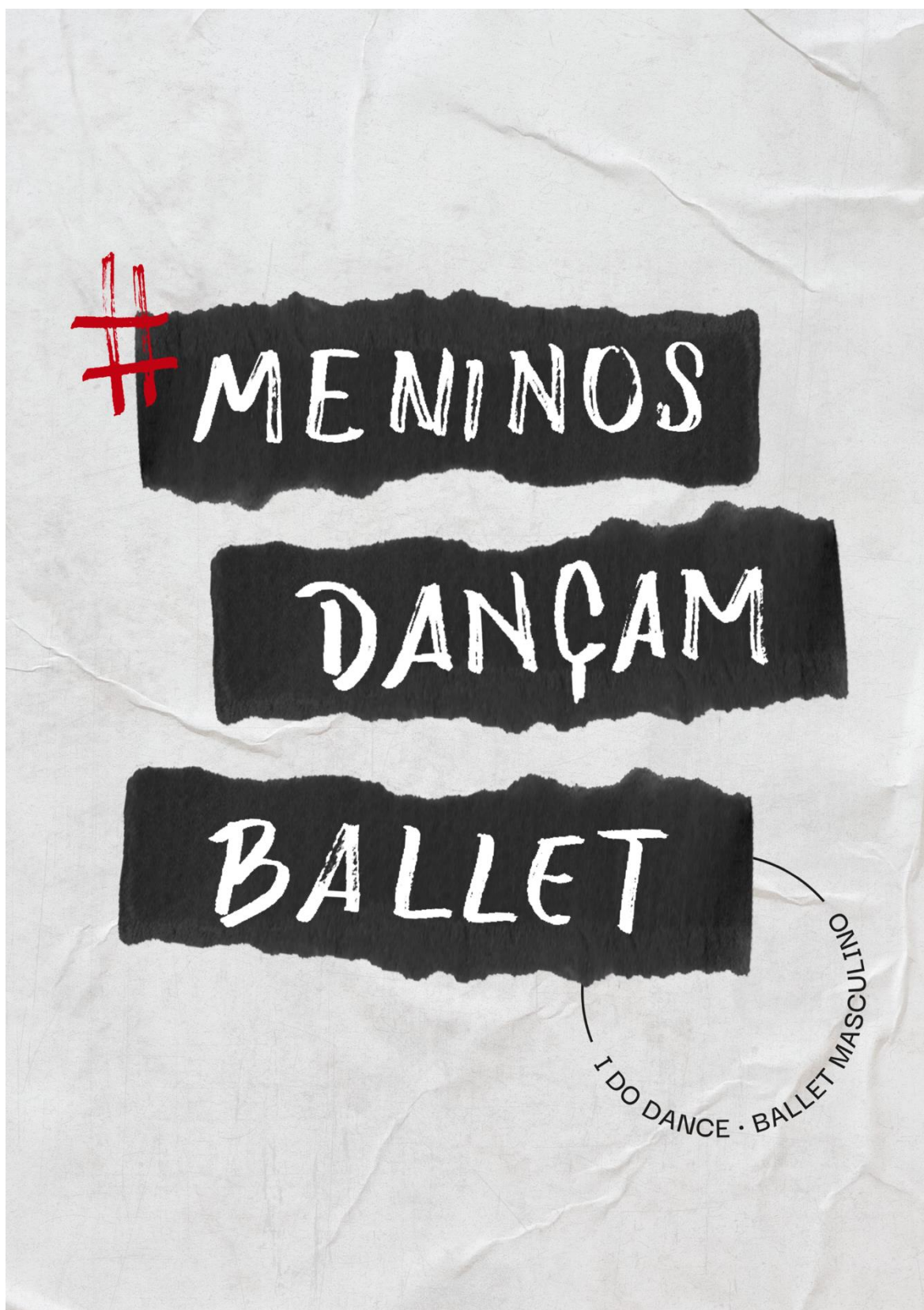
Fonte: Da autora (2020).

Figura 58 – Cartaz identidade visual



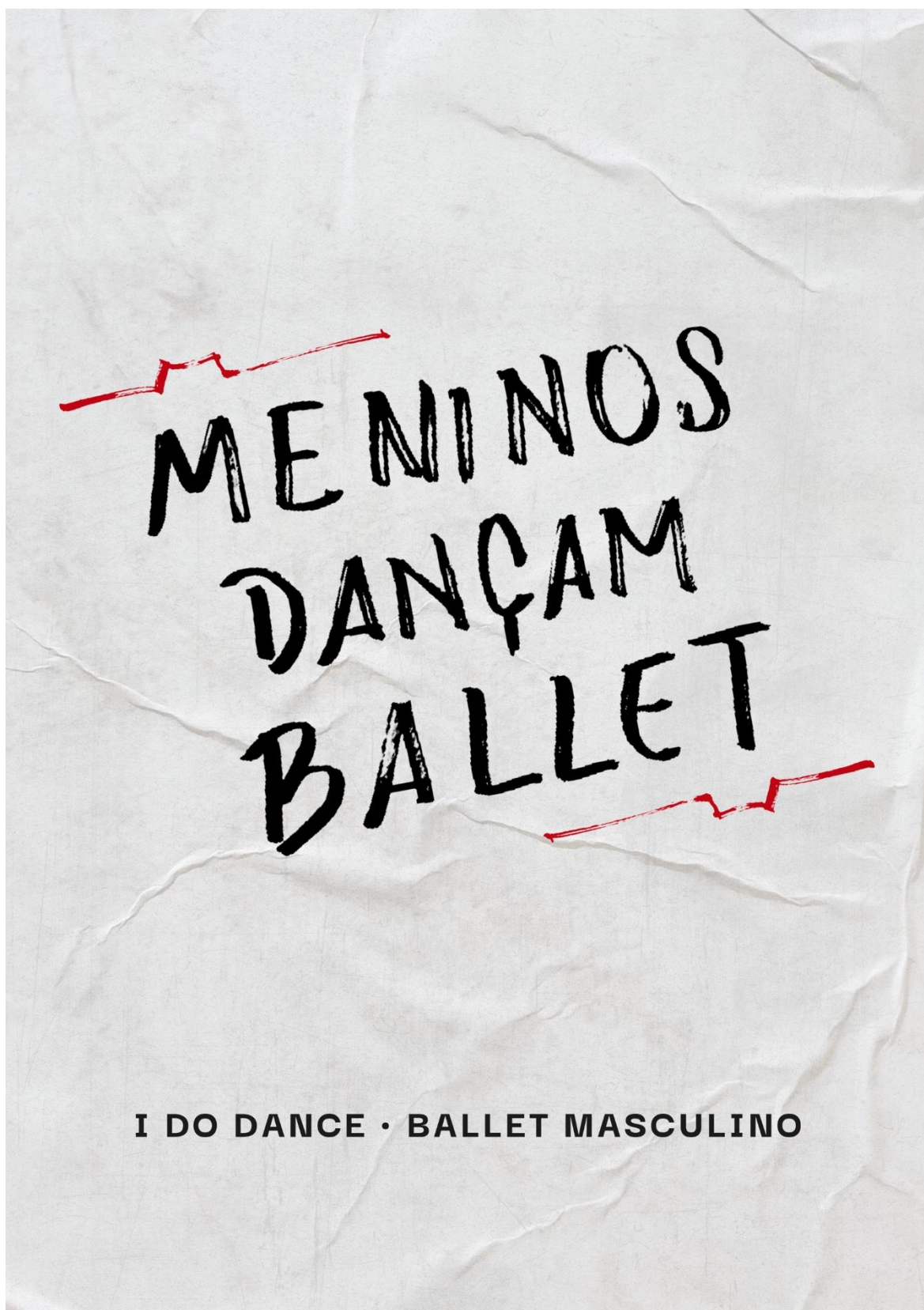
Fonte: Da autora (2020).

Figura 59 – Cartaz identidade visual



Fonte: Da autora (2020).

Figura 60 – Cartaz identidade visual



Fonte: Da autora (2020).

Figura 61 – Cartaz identidade visual



Fonte: Da autora (2020).

Figura 62 – Cartaz identidade visual



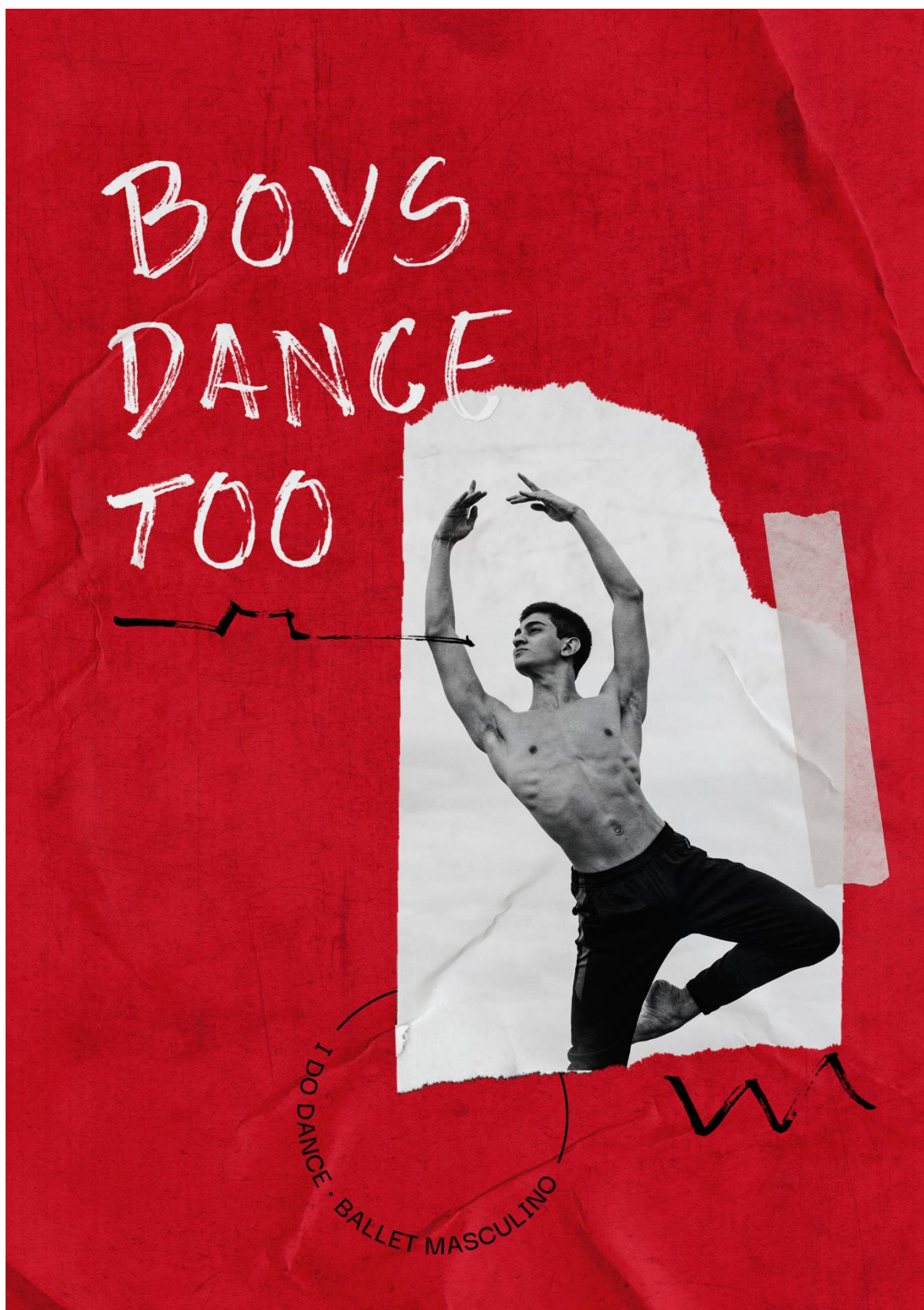
Fonte: Da autora (2020).

Figura 63 – Cartaz identidade visual



Fonte: Da autora (2020).

Figura 64 – Cartaz identidade visual



Fonte: Da autora (2020).

Figura 65 – Cartaz identidade visual



Fonte: Da autora (2020).

Como o I DO DANCE é um projeto sem fins lucrativos ele terá seus materiais distribuídos gratuitamente por meios digitais, os arquivos estarão especificados quanto ao seu uso (impressão ou digital) no link para *download* que será disponibilizado no Instagram do projeto.

8.4 Mockups e aplicação física

Com intuito de demonstrar as possíveis aplicações para as peças finais do projeto, a autora aplicou a identidade visual em *mockups* que podem ser vistos nas figuras a seguir (Figura 66; Figura 67, p.94; Figura 68, p.95; Figura 69, p.96; Figura 70, p.96; Figura 71, p.97).

Figura 66 – Mockup pôsteres em parede



Fonte: Da autora (2020).

Figura 67 – Mockup cartazes no quadro



Fonte: Da autora (2020).

Figura 68 – Mockup bottoms



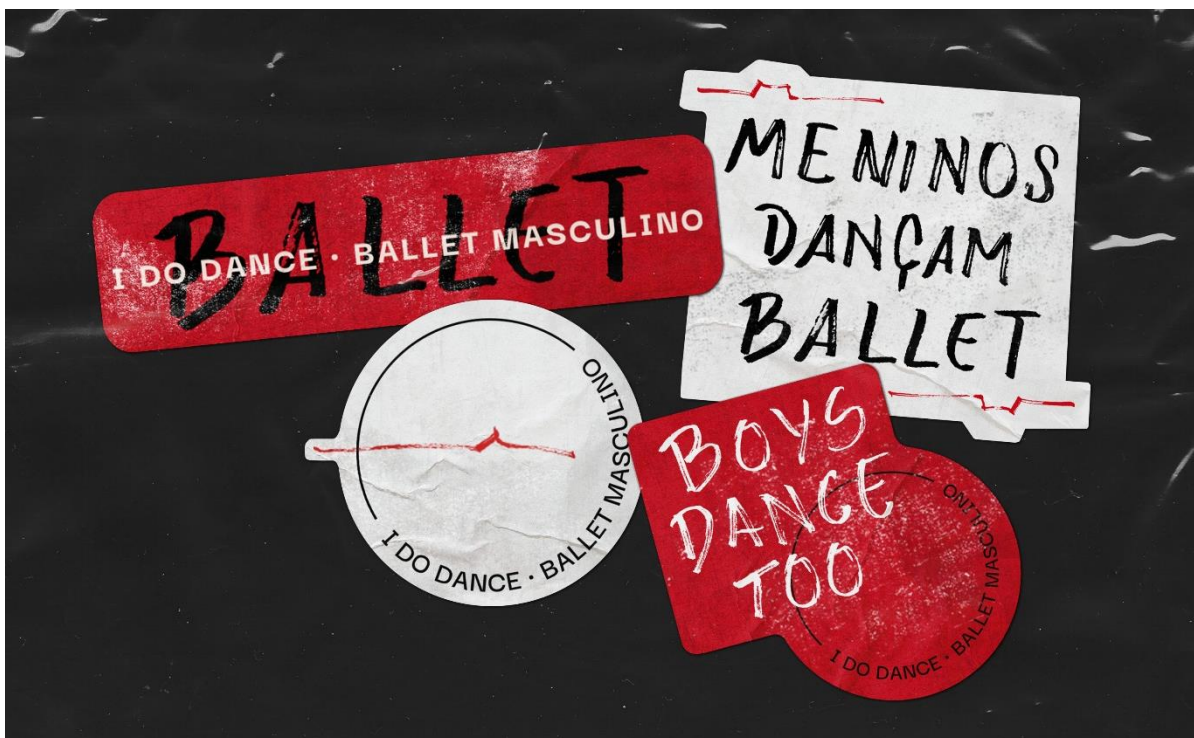
Fonte: Da autora (2020).

Figura 69 – Mockup pôsteres luminosos



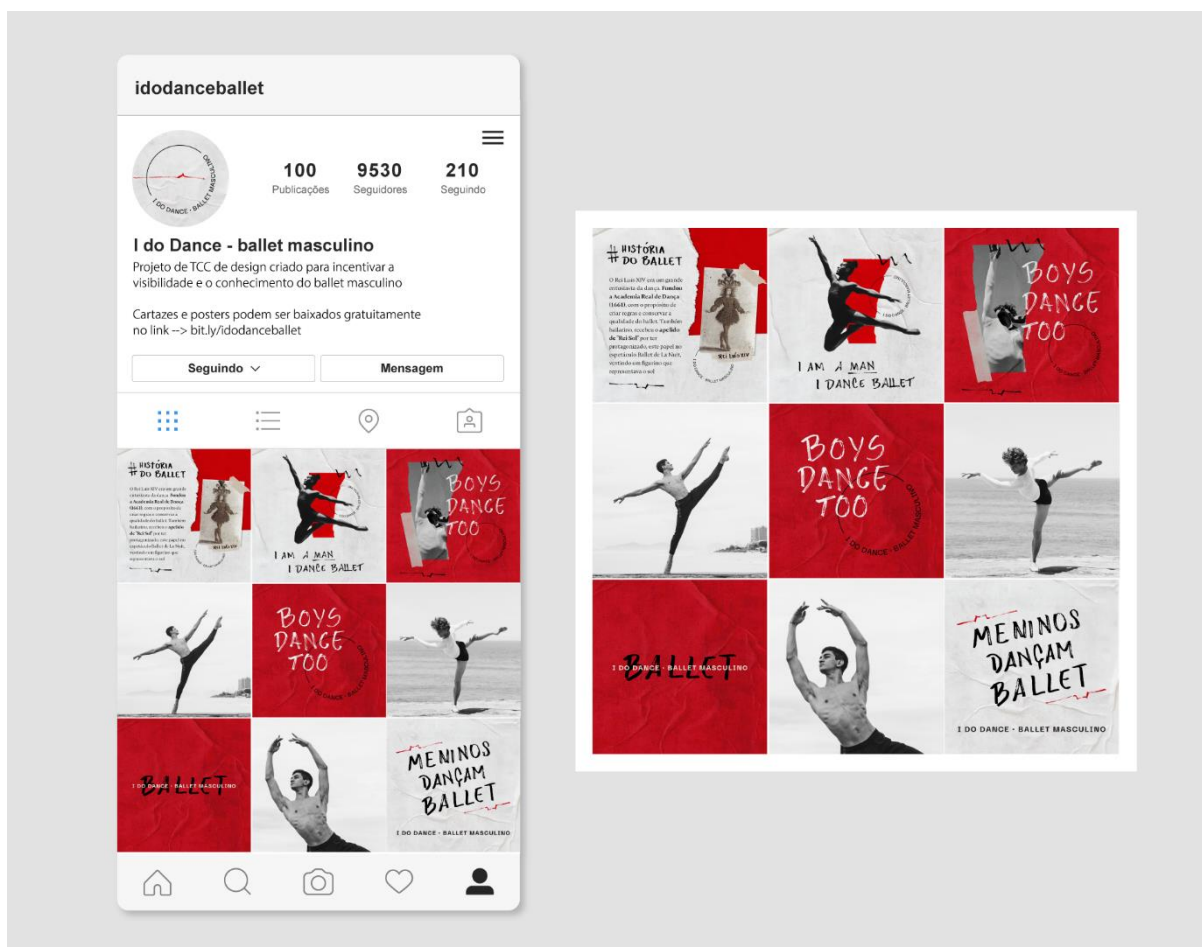
Fonte: Da autora (2020).

Figura 70 – Mockup adesivos



Fonte: Da autora (2020).

Figura 71 – Mockup redes sociais



Fonte: Da autora (2020).

A identidade visual do I DO DANCE também foi aplicada fisicamente na impressão de algumas versões dos cartazes em tamanhos A4 e A5 (Figura 72, p.98; Figura 73, p.99; Figura 74, p.100; Figura 75, p.101) e também serão postadas na página do Instagram algumas das artes para início de sua divulgação.

Figura 72 – Composição quadros e cartaz



Fonte: Da autora (2020).

Figura 73 – Composição quadros e cartaz



Fonte: Da autora (2020).

Figura 74 – Cartazes impressos A5



Fonte: Da autora (2020).

Figura 75 – Composição de cartazes impressos



Fonte: Da autora (2020).

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir de todas as fases que envolveram o desenvolvimento deste projeto, este capítulo apresenta as considerações acerca das pesquisas, método e resultados obtidos no decorrer do desenvolvimento deste trabalho. *Design* e *ballet*, criam o ponto de partida para a execução desse projeto que se mostrou de grande valor quanto o compartilhamento de ideias, conhecimentos e visões com pessoas que vivem a realidade de ser homem e praticar o *ballet* clássico.

Aspectos fundamentais puderam ser observados a partir dos assuntos tratados e das pesquisas realizadas neste projeto e ele se mostrou como a natureza interdisciplinar do *design* pode se fazer presente para a solução dos mais variados problemas.

A partir da revisão teórica, foi possível compreender pontos importantes sobre a participação dos homens na história do *ballet* masculino e que as mulheres apareceram em cena no período do Renascimento do *ballet*, assim como o conhecimento da história de alguns dos principais nomes do *ballet* masculino no Brasil. Foi possível entender os benefícios do *ballet* para o desenvolvimento da coordenação motora e a correção postural. No quesito do *design*, alguns conceitos básicos foram levantados a fim de serem relacionados com o *ballet* clássico.

Para ser possível o desenvolvimento do projeto, foi considerado adequado a utilização de uma adaptação da metodologia de Bruno Munari (2008), onde foi possível a definição e a compreensão do problema, para serem criados os formulários para as pesquisas realizadas. A metodologia se mostrou eficiente, pois a partir das pesquisas foi possível compreender melhor tanto a opinião da sociedade quanto o de pessoas diretamente ligadas ao *ballet*. As informações coletadas na etapa de resultados e discussões foram de extrema importância para compreender em qual

cenário o *ballet* clássico está inserido no país. Também foi possível descobrir aspectos que podem ser melhorados na divulgação do *ballet* pelas escolas de dança de modo que ele se torne mais convidativo para o público masculino, como por exemplo, a explicação histórica do início do *ballet* para os meninos, onde os homens eram protagonistas, a oferta de turmas somente com meninos, a mostra de exemplos masculinos em *ballets* de repertórios e filmes, entre outros.

A partir das informações coletadas nas pesquisas e com o referencial teórico, foi possível montar a lista de requisitos que visa separar o que fará parte do projeto e o que não, de modo a ser mais assertivo no desenvolvimento das outras etapas do projeto.

A etapa da metodologia denominada PC - Processo de Criação, a qual foi realizada a fase de desenvolvimento de estudos para criação para a identidade visual e a criação do nome do projeto, foi desafiante. Criar uma identidade visual de um projeto para um público o qual você não pertence e não possui as mesmas vivências e referências visuais trouxe indagações sobre a empatia com o próximo e visão única do mundo que cada ser humano possui. Esta etapa não teria o resultado esperado se não fosse a troca de ideias sobre vários aspectos visuais com o grupo de bailarinos homens.

Na geração de alternativas para a identidade visual obteve-se vários caminhos possíveis de serem seguidos, mas somente na etapa de MV - Modelo e Validação, que foi possível compreender melhor o olhar masculino de preferência visual, principalmente de pessoas fora da esfera do *ballet*. Combinando o *ballet* clássico e referências visuais, e assim, sendo possível a criação da identidade visual. Com as respostas da verificação analisadas foi possível entrar na fase denominada de S - Solução e gerar as versões finais em formas de cartazes em formato A4 para posterior impressão e também peças digitais para o início da divulgação do projeto em redes sociais. O projeto será divulgado pela rede social Instagram e as peças gráficas e cartazes poderão ser utilizados por quem desejar promover o projeto e sua mensagem.

Mesmo o projeto concebido pelo nome de I DO DANCE - BALLET MASCULINO, ter seu público alvo homens e meninos jovens, ele também teve o objetivo de promover o diálogo sobre o *ballet* masculino na sociedade, de modo a mostrar que o *ballet* é uma atividade a qual os homens também podem estar inseridos. Ao final do trabalho, juntamente com outros projetos analisados no decorrer do

mesmo, é percebido que o design pode ajudar a criar um olhar diferente sobre o *ballet*, gerando diálogo e visibilidade para crianças, jovens e adultos conhecerem esta arte. Futuramente também, pelo nome principal do projeto ser I DO DANCE, ele também poderá seguir levantando discussões e trazendo visibilidade para outros assuntos pertinentes ao *ballet*, como a prática do *ballet* adulto, a real necessidade de ter existir um padrão de corpo, visibilidade negra no *ballet* e entre outros.

Para finalizar, a identidade visual até o momento não foi divulgada nas redes sociais, ela foi apresentada em forma *mockups* as possibilidades que a identidade têm a seguir e alguns cartazes foram impressos. Após a entrega será iniciada a divulgação do projeto e as peças gráficas serão disponibilizadas para quem quiser divulgar o *ballet* masculino.

REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design thinking**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul; FURMANKIEWICZ, Edson. **Fundamentos de design criativo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

APROVADOS Processo Seletivo/2019 - Meninos. Escola de Dança de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://theatromunicipal.org.br/formacao/escola-de-danca-de-sao-paulo/#processo-seletivo-2017-formacao-em-danca>. Acesso em: 17 set. 2019.

APROVADOS Processo Seletivo/2019 - Meninas. Escola de Dança de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://theatromunicipal.org.br/formacao/escola-de-danca-de-sao-paulo/#processo-seletivo-2017-formacao-em-danca>. Acesso em: 17 set. 2019.

ARTTE Escola de Dança. **Criança aprende brincando, e brincando é mais feliz!** [...]. Lajeado, 3 fev. 2020. Instagram: arteescoladedanca. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B8G1ntxhS4y/>. Acesso em: 3 set. 2020.

BOURCIER, Paul; APPENZELLER, Marina. **História da dança no ocidente**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

BALLANCE Studio de Dança. **Se liga! Matrículas abertas!** [...]. Santa Cruz do Sul, 5 jan. 2020. Instagram: studioballance. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B69aP7WAu-4/>. Acesso em: 3 set. 2020.

BRASIL, Billy. **Aldo Lotufo**. Recanto das Letras. Bhaia, publicado em 25 set. 2014. Disponível em: <https://www.recantodasletras.com.br/biografias/4975353>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

BURITY, Laura. **Pierre Beauchamp - Quem Foi?**. Nas Pontas. 15 fev. 2019. Disponível em: <https://naspontas.com.br/2019/02/15/pierre-beauchamp-quem-foi/>>. Acesso em: 19 nov. 2019.

CAMINADA, Eliana. **História da dança: evolução cultural**. Rio de Janeiro: Sprint, [1999].

CASEMIRO, Lucas. **Inauguração da sala de dança Flávio Sampaio acontece no dia 17 de outubro**. Porto Iracema das Artes. Fortaleza, publicado em 11 out. 2019. Disponível em: <http://www.portoiracemadasartes.org.br/inauguracao-da-sala-de-danca-flavio-sampaio-acontece-no-dia-17-de-outubro/>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

CONE, Theresa P. CONE, Stephen L. **Ensinando Dança para Crianças**, 3ª edição, São Paulo, 2015. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520450079/cfi/0!/4/4@0.00:0.00>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

CORPOS artísticos. **Theatro Municipal do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.theatromunicipal.rj.gov.br/corpos-artisticos/ballet/>>. Acesso em: 19 nov. 2019.

COSTA, Joan. **Design para os olhos: marca, cor, identidade e sinalética**. Lisboa: Dinalivro, 2011.

DA SILVA JÚNIOR, Paulo Melgaço. **Entre jogos e brincadeiras se produzem os homens do amanhã: reflexões sobre o processo de construção das masculinidades na Educação Infantil**. Momento - Diálogos em Educação, ABNT, v. 25, n. 1, p. 257-272, out. 2016. ISSN 2316-3100. Disponível em: <<https://periodicos.furg.br/momento/article/view/6123/3937> >. Acesso em: 12 set. 2019.

DE ASSIS, Marília Del Ponte; SARAIVA, Maria do Carmo, **O feminino e o masculino na dança: das origens do balé à contemporaneidade**. Movimento, vol. 19, nº 2, abril-junho, 2013, pp. 303-323. Escola de Educação Física Rio Grande do Sul, Brasil. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115326317007>>. Acesso em 10 set. 2019.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ENTREVISTA Bailarino Yoshi Suzuki. Mundo Bailarinístico. out. 2017. Disponível em: <http://www.mundobailarinistico.com.br/2017/10/entrevista-bailarino-yoshi-suzuki.html>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

ESTÚDIO Developpé. **Somos referência em ballet clássico na região [...]**. Venâncio Aires, 10 jan. 2020. Instagram: [estudiodeveloppe.oficial](https://www.instagram.com/estudiodeveloppe.oficial). Disponível em: https://www.instagram.com/p/B7JK_tzgfAG/ >. Acesso em: 3 set. 2020.

ESCOLA Alessandra Espíndola. **Faça uma aula experimental**. Lajeado, 4 fev. 2020. Instagram: [alessandraespindola_danca](https://www.instagram.com/alessandraespindola_danca). Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B8Is1pWh9ZQ/> >. Acesso em: 3 set. 2020.

FALSARELLA, A. P.; AMORIM, D. B. **A importância da dança no desenvolvimento psicomotor de crianças e adolescentes.** Conexões: Educação Física, Esporte e Saúde, v. 6, p. 306-317, 1 ago. 2008.

FIVEFORTY. Instagram: 5ive4orty. Disponível em: <https://www.instagram.com/5ive4orty/> >. Acesso em: 25 nov. 2020.

HANNA, Judith Lynne; GAMA, Mauro. **Dança, sexo e gênero:** signos de identidade, dominação, desafio e desejo. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

HE Inspire I Dance. **Conheça o projeto.** Disponível em: <https://heinspireidance.com/> >. Acesso em: 25 nov. 2020.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores:** como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

HSUAN-AN, Tai. **Design: conceitos e métodos.** 1ª edição. São Paulo: Blucher, 2018. Disponível < em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788521210115/> >. Acesso em: 02 mar. 2020.

KASSING, Gayle, *Ballet: Fundamentos e Técnicas*, São Paulo 2016. Disponível em: Minha Biblioteca.

MEDEIROS, Daniel. **Thiago Soares, bailarino do Royal Ballet de Londres, se apresenta em Pernambuco.** Folha de Pernambuco. Pernambuco, 28 ago. 2019. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/diversao/diversao/danca/2019/08/28/NWS,114778,71,670,DIVERSAO,2330-THIAGO-SOARES-BAILARINO-ROYAL-BALLET-LONDRES-APRESENTA-PERNAMBUCO.aspx> >. Acesso em: 17 nov. 2019.

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática.** São Paulo: Martins Fontes, 2006.

NANNI, Dionisia. **Dança educação: pré-escola à universidade.** 4. ed. Rio de Janeiro: Sprint, 2003.

NEVES, Juliana. **Bailarinas e bailarinos: uma etnografia da dança como profissão.** São Paulo: Cadernos Pagu. p. 201-238. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/271062071_Bailarinas_e_bailarinos_uma_etnografia_da_danca_como_profissao >. Acesso em 16 nov. 2019.

NOBREGA, Bruna. **Vídeo: Apresentadores do 'Good Morning America' caem na risada por príncipe George fazer balé e causam revolta nas redes; Jornalista se posiciona.** Hugo Gloss, 2019. Disponível em: < <https://hugogloss.uol.com.br/famosos/royals/video-apresentadores-do-good-morning-america-caem-na-risada-por-principe-george-fazer-bale-e-causam-revolta-nas-redes-jornalista-se-posiciona> >. Acesso em: 15 de setembro de 2019.

O'KANE, Caitlin. **300 dancers show up in Times Square as Lara Spencer apologizes for Prince George *ballet* comment**. CBS NEWS, 2019. Disponível em: < <https://www.cbsnews.com/news/300-dancers-class-in-times-square-as-gma-lara-spencer-apologizes-for-prince-george-ballet-comment-travis-wall/>>. Acesso em: 15 de setembro de 2019.

PONTINHA dos Pés. **Nesse mês de Janeiro todas as alunas que fizerem sua matrícula ou matrícula ganhará um lindo brinde exclusivo [...]**. Venâncio Aires, 23 jan. 2020. Instagram: pontinhadospesbale. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B7q2fSNJLKN/>. Acesso em: 3 set. 2020.

REGISTRO Profissional DRT. Sindicato dos Profissionais de Dança do Rio de Janeiro (SPDRJ). Disponível em: <https://spdrj.com.br/registro-profissional-drt/>. Acesso em: 19 nov. 2019.

RELATÓRIO de Atividades de 2018. Escola do Teatro Bolshoi no Brasil, Joinville 2019. Disponível em: <https://www.escolabolshoi.com.br/images/institucional-prestacao-contas/1557509569activities-report-2018-bolshoi-brazil-school.pdf>. Acesso em 12 set. 2019.

Rosa nem sempre foi 'cor de menina' - nem o azul, 'de menino', BBC News Brasil, 4 jan. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-46764940>>. Acesso em: 19 jun. 2020.

SAMPAIO, Flávio. **Balé Passo a Passo**. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2013.

SHIJIRBAT computer animation dance performance on Mongolia's Got Talent 2016. Mongolia's Got Talent. 13 nov. 2016. Mongólia. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=iK7Ta8HUEtI>>. Acesso em: 21 nov. 2019.

SIGNIFICADO de balé. Dicio – Dicionário Online de Português. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/bale/>>. Acesso em: 19 jun. 2020.

STINSON, Susan. **Reflexões sobre a dança e os meninos**. Pro-Posições – vol. 9 n. 2 (26) Junho de 1998. Disponível em: <https://www.fe.unicamp.br/pf-fe/publicacao/1972/26-artigos-stinsonsii.pdf>. Acesso: 17 set. 2019.

Trisha Brown: So That the Audience Does Not Know Whether I Have Stopped Dancing. Walker Art Center. Minneapolis, Estados Unidos. 2008. Disponível em: <https://walkerart.org/calendar/2008/trisha-brown-so-that-the-audience-does-not-kn>>. Acesso em: 21 nov. 2019.

Trisha Brown Drawing/Performance. Walker Art Center. Minneapolis, Estados Unidos. 19 ago. 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=U7DQVW6qRq8>>. Acesso em: 21 nov. 2019.

VILAR, Luciana Kuchki. **O que o rei sol deixou para a moda?**. Obvious. 2015. Disponível em: http://obviousmag.org/rg_proprio/2015/o-que-o-rei-sol-deixou-para-a-moda.html>. Acesso em 17 nov. 2019.

VOCÊ Pergunta o Mundo Balarinístico responde - Como tirar DRT de Balarino.
Mundo Balarinístico. 2017. Disponível em:
<http://www.mundobalarinistico.com.br/2017/03/voce-pergunta-o-mundo-balarinistico.html>>. Acesso em: 20 nov. 2019.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca:** um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Formulário aplicado na pesquisa quantitativa com o público geral

Pesquisa sobre Ballet Clássico

Olá! Esta pesquisa faz parte do meu Trabalho de Conclusão de Curso I do curso de Design da Universidade do Vale do Taquari - Univates e tem como objetivo desenvolver criação de cartazes de design gráfico para incentivar o interesse de meninos e homens a arte e prática do Ballet Clássico.

**Obrigatório*

1. Com qual gênero você se identifica atualmente? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino
- ☐ Não Binário
- ☐ Outro: _____

2. Em qual estado você reside? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Acre - AC
- ☐ Alagoas - AL
- ☐ Amapá - AP
- ☐ Amazonas - AM
- ☐ Bahia - BA
- ☐ Ceará - CE
- ☐ Distrito Federal - DF
- ☐ Espírito Santo - ES
- ☐ Goiás - GO
- ☐ Maranhão - MA
- ☐ Mato Grosso - MT
- ☐ Mato Grosso do Sul - MS
- ☐ Minas Gerais - MG
- ☐ Pará - PA
- ☐ Paraíba - PB
- ☐ Paraná - PR
- ☐ Pernambuco - PE
- ☐ Piauí - PI
- ☐ Rio de Janeiro - RJ
- ☐ Rio Grande do Norte - RN
- ☐ Rio Grande do Sul - RS
- ☐ Rondônia - RO
- ☐ Roraima - RR
- ☐ Santa Catarina - SC
- ☐ São Paulo - SP
- ☐ Sergipe - SE
- ☐ Tocantins - TO

3. Qual é o seu nível de escolaridade? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ensino Fundamental incompleto
☐ Ensino Fundamental completo
☐ Ensino Médio incompleto
☐ Ensino Médio completo
☐ Ensino Superior incompleto
☐ Ensino Superior completo
☐ Pós-graduação

4. Qual é a sua idade? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Entre 13 e 17 anos
☐ Entre 18 a 24 anos
☐ Entre 25 a 34 anos
☐ Entre 35 a 44 anos
☐ Entre 45 a 54 anos
☐ Entre 56 a 64 anos
☐ Acima de 65 anos

Pesquisa sobre Ballet Clássico

5. Você se interessa pelo estilo de dança de Ballet Clássico? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

6. Existem escolas/estúdios de dança na sua cidade que ofereçam aulas de Ballet Clássico? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não
☐ Não sei

7. Você já teve vontade de praticar Ballet, mas teve medo de sofrer algum tipo de preconceito?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

8. Na sua cidade você já assistiu a uma apresentação de alguma escola/estúdio de Ballet? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

9. Nessa apresentação de escola/estúdio, continham meninos dançando Ballet? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não
☐ Não sei

10. Você acredita que a cultura do ballet clássico deve ser mais incentivada no Brasil? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

Pesquisa sobre Ballet Clássico

11. Sobre o Ballet como atividade extracurricular, você acredita que é uma atividade que pode ser praticada por: *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Crianças Meninas
☐ Crianças Meninos
☐ Crianças Meninas e Meninos
☐ Mulheres adultas
☐ Homens adultos
☐ Qualquer pessoa em qualquer idade

12. Acha que homens que dançam sofrem algum tipo de preconceito ou não aceitação? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

13. Já assistiu a um espetáculo de Ballet de alguma companhia profissional? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

14. Sobre o Ballet no âmbito profissional, você acredita que é uma atividade que pode ser praticada por: *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Mulheres
☐ Homens
☐ Mulheres e Homens

APÊNDICE B – Formulário aplicado na pesquisa quantitativa com meninos bailarinos

Pesquisa com Bailarinos

Olá! Esta pesquisa faz parte do meu Trabalho de Conclusão de Curso I do curso de Design da Universidade do Vale do Taquari - Univates e tem como objetivo desenvolver criação de cartazes de design gráfico para incentivar o interesse de meninos e homens a arte e prática do Ballet Clássico :)

A pesquisa é limitada para meninos/homens que têm ou já tiveram alguma experiência com o Ballet Clássico.

**Obrigatório*

1. Qual sexo você foi declarado quando nasceu, levando em conta sua certidão de nascimento? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Masculino

☐ Feminino

2. O que você acha que melhor descreveria o seu gênero atualmente? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Masculino

☐ Feminino

☐ Não binário

☐ Outro: _____

3. Em qual estado você reside? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Acre - AC
- ☐ Alagoas - AL
- ☐ Amapá - AP
- ☐ Amazonas - AM
- ☐ Bahia - BA
- ☐ Ceará - CE
- ☐ Distrito Federal - DF
- ☐ Espírito Santo - ES
- ☐ Goiás - GO
- ☐ Maranhão - MA
- ☐ Mato Grosso - MT
- ☐ Mato Grosso do Sul - MS
- ☐ Minas Gerais - MG
- ☐ Pará - PA
- ☐ Paraíba - PB
- ☐ Paraná - PR
- ☐ Pernambuco - PE
- ☐ Piauí - PI
- ☐ Rio de Janeiro - RJ
- ☐ Rio Grande do Norte - RN
- ☐ Rio Grande do Sul - RS
- ☐ Rondônia - RO
- ☐ Roraima - RR
- ☐ Santa Catarina - SC
- ☐ São Paulo - SP
- ☐ Sergipe - SE
- ☐ Tocantins - TO

4. Qual é o seu nível de escolaridade? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ensino Fundamental incompleto
- ☐ Ensino Fundamental completo
- ☐ Ensino Médio incompleto
- ☐ Ensino Médio completo
- ☐ Ensino Superior incompleto
- ☐ Ensino Superior completo
- ☐ Pós-graduação

5. Qual é a sua idade? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Entre 10 e 14 anos
- ☐ Entre 15 e 19 anos
- ☐ Entre 20 a 24 anos
- ☐ Entre 25 a 29 anos
- ☐ Entre 30 a 34 anos
- ☐ Entre 35 a 39 anos
- ☐ Entre 40 a 44 anos
- ☐ Entre 45 a 49 anos
- ☐ Acima de 50 anos

6. Qual foi seu primeiro contato com o ballet clássico que te despertou interesse em praticar? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Assistindo a uma apresentação
- ☐ Vi alguma coisa sobre o assunto na TV
- ☐ Por algum amigo ou familiar que já praticava ballet
- ☐ Vi em um filme ou série
- ☐ Por um projeto de incentivo de uma instituição
- ☐ Assistindo vídeos na internet
- ☐ Outro: _____

7. Com qual idade você começou a fazer aulas de ballet clássico? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Entre 5 a 9 anos
- ☐ Entre 10 a 14 anos
- ☐ Entre 15 a 19 anos
- ☐ Após os 18 anos

8. Como foi a aceitação dos seus pais quando você quis praticar ballet? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ótima, aceitaram e me incentivaram
- ☐ Boa, aceitaram numa boa
- ☐ Normal
- ☐ Ruim, houve relutância mas depois aceitaram
- ☐ Péssima, minha família não aceitou, mas pratiquei mesmo assim

9. No seu círculo de pessoas próximas quantos meninos praticam ballet? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Nenhum
☐ Um menino
☐ Entre 2 a 4
☐ Entre 5 a 6
☐ Entre 7 a 8
☐ Mais que 9 meninos

10. No seu círculo de pessoas próximas quantos meninos praticam algum tipo de dança? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Nenhum
☐ Um menino
☐ Entre 2 a 4
☐ Entre 5 a 6
☐ Entre 7 a 8
☐ Mais que 9 meninos

11. Você já sofreu algum tipo de preconceito por ser menino e dançar ballet? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

12. Se o ballet tivesse mais visibilidade e incentivo na sociedade, como tem o futebol, você acredita que o preconceito "ballet é uma atividade feminina" seria menor? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

13. Você acredita que a cultura do ballet na sociedade incentiva meninos à prática e o conhecimento da dança? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

14. A sua academia/escola de dança faz ações para o incentivo do ballet masculino? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

15. Na sua turma de ballet, os meninos são minoria? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

16. Sobre marcas que vendem artigos de dança, você se sente representado por elas? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

17. Você encontra uma variedade de artigos de ballet para o público masculino? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

APÊNDICE C – Formulário aplicado na pesquisa qualitativa com meninos bailarinos

Pesquisa com Bailarinos sobre Ballet Clássico

Olá! Esta pesquisa faz parte do meu Trabalho de Conclusão de Curso | do curso de Design da Universidade do Vale do Taquari - Univates e tem como objetivo desenvolver criação de cartazes de design gráfico para incentivar o interesse de meninos e homens a arte e prática do Ballet Clássico.

Este questionário é limitado para meninos/homens que têm ou já tiveram alguma experiência com o Ballet Clássico.

***Obrigatório**

1. Seu nome, idade e cidade onde reside *

2. Conte um pouco de como foi sua história no Ballet Clássico *

3. Como foi a reação de sua família quando contou a eles que queria praticar ballet?

*

4. Acredita que bailarinos homens tenham desvantagens em relação às meninas? Sofre algum tipo de preconceito? *

5. Como as pessoas em geral encaram o seu hobbie (ou profissão) de bailarino? *

6. Quando falamos a palavra "Ballet", as pessoas rapidamente associam à meninas bailarinas. O que você acredita que pode ser feito para que a sociedade compreenda que o Ballet é uma atividade para todos? *

7. Você acredita que a cultura do ballet clássico deve ser mais incentivada no Brasil? *

APÊNDICE D - Formulário aplicado na pesquisa qualitativa com diretores de escolas de ballet.

Pesquisa com Diretores de escolas de Ballet

Olá! Esta pesquisa faz parte do meu Trabalho de Conclusão de Curso I do curso de Design da Universidade do Vale do Taquari - Univates e tem como objetivo desenvolver criação de cartazes de design gráfico para incentivar o interesse de meninos e homens a arte e prática do Ballet Clássico.

***Obrigatório**

1. Seu nome? *

2. Idade? *

3. Conte-me um pouco de sua história na dança? O que te motivou a abrir um estúdio/escola de dança? *

4. Há quantos anos sua escola de dança está no mercado? *

5. Qual o nome do seu estúdio/escola de dança? *

6. Onde sua escola de dança está situada? *

7. Quais modalidade de atividades sua escola oferece?

Pesquisa com Diretores de escolas de Ballet

8. Na sua escola de dança, você possui meninos matriculados? *

9. Qual sua opinião sobre meninos praticarem o ballet clássico? *

10. Qual foi a maior quantidade de meninos que já estiveram matriculados em sua escola de dança? E quantos deles praticavam o ballet clássico? *

11. Você acredita que ocorre preconceito com meninos que praticam o ballet clássico? Na sua escola, já ocorreu alguma situação? *

Pesquisa com Diretores de escolas de Ballet

12. Quando falamos a palavra "Ballet", as pessoas rapidamente associam à meninas bailarinas, o que você acredita que escolas de dança possam fazer para que a sociedade compreenda que o ballet é uma atividade para todos? *

13. O que você acredita que pode ser feito para que os meninos e a sociedade em geral tenham mais curiosidade e conhecimento pelo ballet clássico? *
