



## METODOLOGIA

Esta pesquisa, possui caráter qualitativo, por se preocupar com a compreensão de um fenômeno social. O estudo contou com a participação de duas escolas de dança, situadas na cidade de Florianópolis. Entrevistamos seis pessoas do sexo masculino, com faixa etária entre 20 e 32 anos, que praticam dança em uma dessas escolas, seja como *hobby* ou profissão. Para a coleta de dados, foi utilizada a entrevista semiestruturada.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Você acha que a mídia influencia de algum modo a presença de homens na dança? Por quê? Ao fazer a pergunta, notamos que os entrevistados ficaram pensativos e comentaram sobre a complexidade do assunto, seguem alguns trechos das entrevistas:

*Eu acho que a imagem de uma bailarina feminina é muito presente, muito forte. A mídia bombardeia na nossa cabeça, até que entra e a gente não vê, ou está tão acostumado com as regras que são impostas para a gente, que a gente não consegue digerir direito, a gente só engole, vai e reproduz. (Fábio)*

*Eu acho que atrapalha, pelas coisas que eu vejo hoje em dia na televisão, domingo do Faustão, não falando das questões de qualidade técnica. Coloca o homem com aquele papel de machão, e as coreografias trabalham aquela questão da conquista, como se a dança fosse só isso. Desde pequeno quando eu ia dançar num programa de TV, sempre tinha aquela pergunta 'ah mas você conquistou, conquista muitas gatinhas?' (Ruan)*

*A mídia tem ajudado bastante, com os programas de dança, as matérias, mas ainda falta muito, porque acontece de que a gente atinge um grande público, mas tem muita gente que não tem essa informação, pois não chega para todo mundo. (Miguel)*

Ao ler essas respostas, podemos refletir com a ajuda de Sabat (2003), quando escreve que as imagens do dia a dia trazem consigo uma intenção pedagógica, e oferecem um modo de ver as coisas no mundo através da sua perspectiva, a qual frequentemente acaba produzindo conceitos ou pré-conceitos. Essas imagens que valorizam um determinado tipo de comportamento, de estilo de vida ou de pessoa, são uma forma de regulação social que reproduz padrões, que acabam por ser mais aceitos em uma sociedade. Muitos produtos, por exemplo, estão diretamente associados aos sujeitos, ou seja, os indivíduos que compram uma mercadoria, não consomem apenas o produto, mas também os valores que são estabelecidos através dele, assim como a propaganda insinuou com modelos bonitos, felizes, e cheios de autoestima. Parece inofensivo, mas que carrega mensagens intrínsecas, de como se portar, como ser, o que fazer.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mídia corriqueiramente reforça comportamentos diferenciados para homens e mulheres, contribuindo com a formação de identidades, muitas vezes preconceituosas, por meio dos conteúdos propostos. Assim sendo, ao optarmos por dialogar com esses homens envolvidos com a dança, pretendemos contribuir para desconstrução dos estereótipos, potencializando o dançar por homens, como mais uma forma de ser e estar no mundo.



## REFERÊNCIAS

- GEHRES, A. F. Dança. In: GONZÁLEZ, F. J.; FENSTERSEIFER P. E. *Dicionário crítico de Educação Física*, 3. ed., Ijuí: Unijuí, 2014, p.186-187.
- GOELLNER S. V. Gênero. In: GONZÁLEZ, F. J.; FENSTERSEIFER P. E. *Dicionário crítico de Educação Física*, 3. ed., Ijuí: Unijuí, 2014, p. 328-231
- SABAT, R. "Gênero e sexualidade para consumo". In: LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre (Orgs.). *Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Petrópolis: Vozes, 2003. p. 149-160.

