

A dança no contexto da cultura fitness: ensino de arte ou malhação de matar?

RESUMO

A dança é uma linguagem artística, uma manifestação cultural de todos os povos e civilizações. No contexto da cultura fitness, a dança é cooptada e reduzida à categoria *atividade física*, o que é referendado pela *World Health Organization*, pelo CONFEF e por muitos acadêmicos e pesquisadores da área. Neste ensaio-denúncia, buscamos problematizar esse quadro a partir de uma investigação minuciosa dos principais programas de dança fitness atualmente em circulação no mercado e nas mídias sociais. As campanhas publicitárias desses programas, cujo propósito manifesto é a malhação e o emagrecimento, insistem em divulgar os seus produtos como *aulas de dança*, sem contar que os responsáveis por esse trabalho são instrutores de fitness, e não educadores. A questão do repertório musical utilizado nas sessões de dança fitness também foi investigado, assim como o marketing da diversão e o avanço desse mercado sobre a infância. A simplificação de um fenômeno histórico e sociocultural complexo – uma linguagem artística – promovida pelos programas de dança fitness desemboca na desvalorização do trabalho do professor e dos projetos destinados à sensibilização do corpo e do pensamento por meio da dança.

PALAVRAS-CHAVE: Dança; Cultura fitness; Mercado; Educação; Corpo

José Rafael Madureira

Doutor em Educação
Universidade Federal dos Vales do
Jequitinhonha e Mucuri,
Departamento de Educação Física,
Diamantina, Minas Gerais, Brasil
joserafaelmadureia@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-8461-3132>

The dance in the context of fitness culture: art teaching or killer workout?

ABSTRACT

Dance is an artistic language, a cultural manifestation of all peoples and civilizations. In the context of fitness culture, dance is co-opted and reduced to the category of *physical activity*, which is endorsed by the *World Health Organization* and many researchers in the field. In this essay-denunciation, we seek to problematize this situation by scrutinizing the main fitness dance programs currently circulating on the market and on social media. The advertising campaigns for these programs, whose clear purpose is to workout out and losing weight, insist on promoting their products as *dance classes*, which seems to go against the concept of teaching and learning, given that those responsible for this work are fitness instructors and not educators. The issue of the musical repertoire used in fitness dance sessions was also investigated, as well as the marketing of joy, and the Childhood as a target market for dance fitness programs. The questions raised in this essay serve as a warning sign against the trivialization of dance. The simplification of a complex historical and sociocultural phenomenon – an artistic language – promoted by fitness dance programs results in the devaluation of the teacher's work and dance projects aimed at raising awareness of the body and thought.

KEYWORDS: Dance; Fitness culture; Market; Education; Body

La danza en el contexto de la cultura fitness: enseñanza del arte o entrenamiento de matar?

RESUMEN

La danza es un lenguaje artístico, una manifestación cultural de todos los pueblos. En el contexto de la cultura fitness, la danza es reducida a la categoría de actividad física, respaldada por la *World Health Organization* y muchos investigadores en el campo. En este ensayo-denuncia, buscamos problematizar esta situación analizando los principales programas de danza fitness que circulan actualmente en el mercado y en las redes Sociales. Las campañas publicitarias de estos programas, cuyo claro objetivo es hacer ejercicios físicos y adelgazar, insisten en promocionar sus productos como *clases de danza*, lo que parece ir en contra del concepto de enseñanza y aprendizaje, dado que los responsables de esta labor son monitores de fitness y no educadores. También se investigó la cuestión del repertorio musical utilizado en las sesiones de danza fitness, así como la comercialización de la alegría, y el avance de este mercado hacia la infancia. Las cuestiones planteadas en este ensayo sirven como señal de advertencia contra la trivialización de la danza. La simplificación de un complejo fenómeno histórico y sociocultural – un lenguaje artístico – promovida por los programas de danza fitness resulta en la desvalorización del trabajo del docente y de los proyectos de danza destinados a sensibilizar sobre el cuerpo y el pensamiento.

PALABRAS-CLAVE: Danza; Cultura del fitness; Mercado; Educación; Cuerpo

INTRODUÇÃO

Dentre as diversas modalidades coletivas oferecidas pelas academias de ginástica, há aquelas situadas como dança: FitDance, Zumba, BodyJam, entre outras. A denominação *dança* para um modelo de treinamento corporal pautado na busca pelo condicionamento físico nos leva a indagar: A dança fitness é uma linguagem artística? A dança fitness é uma manifestação cultural? As sessões de dança fitness podem ser consideradas como *aulas de dança*? Os programas de dança fitness visam ao ensino de uma linguagem artística ou a malhação? O responsável pela condução dessas sessões é um arte-educador ou um instrutor de fitness? É possível apreciar uma coreografia de dança fitness como uma obra de arte? Qualquer um que organiza pequenas sequências de passos estereotipados é um coreógrafo? O repertório musical utilizado nas coreografias de dança fitness agrega algum valor estético? É possível aprender a dançar através de um aplicativo? É possível assimilar os componentes técnico-expressivos de uma linguagem artística de forma descompromissada como se estivéssemos em uma festa? Os programas de dança fitness são adequados ao desenvolvimento integral da criança?

Com base nessas indagações, investigamos alguns programas de dança fitness com o propósito de encontrar pistas que evidenciassem o discurso subliminar vinculado às suas campanhas publicitárias, responsável por reduzir e mercantilizar um saber artístico-cultural ancestral (a dança) e, por conseguinte, desqualificar o trabalho daqueles que se dedicam a ensiná-lo, independentemente do seu background artístico-pedagógico – artistas da dança, graduados em Educação Física ou em Dança.

A temática em pauta, pelo que foi observado no levantamento bibliográfico inicial, não tem sido suficientemente problematizada. As publicações, com raras exceções, restringem-se a trabalhos de conclusão de curso de graduação em Educação Física, os quais, em sua maioria, limitam-se a tratar dos benefícios físicos (fisiológicos) e psicológicos (bem-estar emocional) promovidos pelas modalidades de dança fitness – especialmente o Zumba e o FitDance – a partir de uma abordagem muito parcial. Em resumo, trata-se de uma leitura ingênua da dança fitness que desconsidera as verdadeiras motivações do bilionário mercado fitness – responsável por (sub)empregar um montante considerável de profissionais em todo o mundo – que não se referem nem ao ensino e nem ao desenvolvimento da arte da dança.

CULTURA FITNESS, UMA CULTURA DO AJUSTAMENTO DO CORPO

A *World Health Organization* (WHO) define *atividade física* como “qualquer movimento corporal produzido pelos músculos esqueléticos que requeira gasto de energia” (2020, p. vii). A WHO, de certo modo, apresenta o termo *atividade física* como sinônimo de prática corporal. Dança, esporte, capoeira e ioga seriam, a partir dessa perspectiva, exemplos legítimos da categoria *atividade física*. Essa definição, mundialmente reconhecida, traduz uma compreensão reduzida e supostamente neutra (científica) de um campo de conhecimento complexo atravessado por violentas tensões políticas e socioeconômicas. Essa compreensão simplificada de saberes historicamente comprometidos com questões estéticas, pedagógicas e histórico-culturais não circula somente entre o público leigo (senso comum), sendo sistematicamente referendada e divulgada por pesquisadores da área das Ciências da Saúde e pelo Conselho Federal de Educação Física (CONFEF).

As academias de ginástica – espaços consagrados à oferta de serviços de atividade física – assimilaram essa visão obtusa sobre as práticas corporais com facilidade e sem qualquer resistência, tornando-se verdadeiros templos da cultura fitness. *Fitness*, vocábulo da língua inglesa, é uma derivação do verbo *to fit*, ação que, em sua maior ocorrência, denomina a capacidade de *ajustar-se*, no sentido de que uma roupa – uma calça jeans ou uma luva, por exemplo – possui um tamanho ou formato ideal que proporciona um encaixe perfeito (CAMBRIDGE DICTIONARY, 2023). O acréscimo do sufixo *ness* forma o substantivo abstrato *fitness*, vocábulo que define dois sentidos: “condição de estar fisicamente forte e com saúde” e “qualidade de ser adequado a um certo propósito” (CAMBRIDGE DICTIONARY, 2023).

Cultura fitness seria, então, através de um esforço hermenêutico, uma *cultura do ajustamento do corpo*. E a que se destina esse ajustamento? A um ideal de beleza fabricado pela “indústria do músculo”, conforme a notória expressão de Courtine (1993). A *cultura do ajustamento* impõe rígidos parâmetros de peso, proporções corporais (biotipo) e percentuais de gordura corporal. Os usuários das academias, talvez, não conheçam muito bem a origem desses parâmetros, mas sabem que devem se ajustar (*to fit*) a eles com a máxima submissão e de modo voluntário, do contrário, poderão ser rotulados como *unfit*, alguém que se mostra “inadequado, incapaz, incompetente, imprestável e doente – por não se exercitar o suficiente” (CAMBRIDGE DICTIONARY, 2023).

A *cultura do ajustamento do corpo* não rege somente comportamentos esportivizados, ela circunscreve um modo de vida, uma dietética, formas de sociabilização, condutas pedagógicas e, sobretudo, um pensamento que, de acordo com Silva (2012, p. 219), contém “[...] indícios de uma nova eugenia”.

Entre dezenas de serviços ofertados pelas academias de ginástica, a musculação é, sem dúvida, o seu carro-chefe, um modelo de treinamento corporal estruturado à luz de uma racionalidade muito peculiar – a racionalidade biomédica – que engendra uma compreensão fragmentada e objetivada de corpo: *O que você vai malhar hoje? Ombro e tríceps, costas e bíceps ou pernas e glúteo?*

O uso frequente do verbo *malhar* como sinônimo de treinamento físico ou *workout* – termo equivalente em inglês – revela uma inegável dimensão sadomasoquista e cruel (COELHO FILHO, 2022). Essa imagem foi magistralmente traduzida na máxima do fisiculturismo, atribuída ao lendário Joe Weider, criador do Mr. Olympia: *no pain, no gain* (sem sofrimento, não há ganho).

É justamente nesse contexto ambíguo e contraditório que, inadvertidamente, surge a dança fitness, uma derivação da *aerobic dance* (dança aeróbica) – como foi denominada inicialmente por Jacki Sorensen em alusão aos princípios científicos elaborados pelo cardiologista Kenneth Cooper (1968). A dança aeróbica foi a peça-chave para a entrada das mulheres nas academias de ginástica, um ambiente historicamente marcado pela misoginia.

A dança aeróbica, em meados dos anos 1970, encontrava-se associada ao processo de emancipação feminina, impulsionando uma drástica mudança de paradigma: da dócil e frágil mulher do lar ao modelo da mulher atlética (musculosa), autônoma e engajada com a construção do seu próprio destino (FRIEDMAN, 2022). O melhor exemplo dessa *nova mulher* (a *Self-made woman*), modelada através de uma incessante luta contra o sexismo e muito exercício físico, é Jane Fonda, uma das empresárias mais bem-sucedidas do mercado fitness estadunidense e pioneira na produção de *home videos* (VHS) de malhação para mulheres.

As pautas da emancipação feminina foram pouco a pouco cooptadas pelo mercado fitness, responsável por impelir as mulheres a uma nova forma de sujeição: a inalcançável busca pelo corpo eternamente jovem, perfeito... e inerte.

DO CAMINHO PERCORRIDO (METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO)

O universo das danças fitness não é regido pela pesquisa acadêmica, muito pelo contrário; é o mercado fitness que define o rumo desses produtos, embora ele se valha de referenciais técnico-científicos para estruturar os seus programas e garantir certa credibilidade junto ao público consumidor. A escassez de publicações científicas críticas acerca dessa temática nos impeliu a ir a campo e mergulhar em um oceano virtual de informações: sites, blogs, plataformas de vídeo, mídias sociais.

O primeiro passo demandou um grande investimento de tempo e energia: descobrir quais eram os principais programas de dança fitness disponíveis no mercado. Diante da profusão de programas de dança fitness em circulação (amadores ou não), selecionamos duas empresas internacionais e três brasileiras, todas com milhões de seguidores e altos índices de faturamento. Os programas escolhidos ofereceram dados suficientes para embasar os argumentos e as problematizações apresentadas neste ensaio.

Em seguida, com os alvos definidos, debruçamo-nos sobre os conteúdos disponibilizados por essas empresas: textos, vídeos, slogans publicitários, gráficos, animações, fotografias. Todo esse material contabilizou uma eloquente fonte de dados qualitativos etnograficamente analisados à luz da antropologia visual, especialidade que ganhou muita visibilidade com o advento da era digital-midiática, uma aliada importante contra o apagamento de memórias e culturas de tradição oral (SILVA RIBEIRO, 2005).

Os ambientes virtuais das empresas de fitness são desenhados para excitar o consumidor (o fetiche da mercadoria). Tudo é muito colorido, dinâmico, interativo (e infantil, em certa medida); as fotografias exaltam a felicidade das pessoas que participam daquele palco de realizações. Produtos e serviços são oferecidos o tempo inteiro: programas, aplicativos, pacotes de fidelização, cursos de formação de instrutores, tutoriais, roupas e acessórios. Difícil não se encantar (e se horrorizar) com um mundo tão perfeito onde todos são jovens e aparentemente saudáveis e plenos.

Consultamos os conteúdos textuais disponibilizados nas páginas oficiais dessas empresas, distribuídos em diversos campos (menu de navegação): *quem somos*, *programas ofertados*, *missão da empresa*, *perguntas frequentes (FAQs)*, *depoimentos*, entre outros tópicos; depois, apreciamos boa parte dos vídeos de dança fitness publicados nos canais oficiais dessas empresas (plataforma YouTube). A análise das produções videográficas constituiu uma etapa central da investigação, visto que o *objeto da pesquisa* é o corpo dançante, suas expressões e os valores estéticos a ele agregados no contexto da cultura fitness. Fizemos uma apreciação minuciosa dessas produções coreográficas, o que foi organizado em dois momentos: 1) análise dos elementos técnicos da produção cênica: cenografia, projeto de luz (iluminação), trilha musical, figurino, maquiagem, adereços (não observados); 2) análise da estrutura coreográfica: formação dos grupos, número de integrantes, ocupação do espaço, exploração dos elementos coreológicos (harmonia espacial e qualidade das ações corporais).

Esses dois parâmetros de análise deflagram certa homogeneidade nas produções: trios (majoritariamente), formação triangular (um dançarino à frente e os outros dois atrás), figurinos esportivos (shorts, calças, blusas, camisetas, tênis), delimitação de um espaço com dimensão média de 5m² (restrição dada pelo enquadramento da câmera no estúdio de gravação), sequências curtas (3

minutos, em média) reproduzidas simetricamente por todos (uníssono), repertório musical pop, gestualidade repetitiva e padronizada (fragmentos de danças massificadas), ausência de movimentos no nível espacial baixo, ênfase da posição frontal em relação à câmera, nenhuma leveza ou sutileza nos movimentos (predominância de ações corporais rápidas e firmes). Mesmo se tratando de uma produção videográfica, não foram observadas interferências significativas de edição (pós-produção), tais como: efeitos de transição, filtros, inserção de legendas ou alteração da velocidade da imagem; isso se justifica, primeiramente, pela necessidade de seguir o ritmo do mercado (sempre muito acelerado) e não perder espaço para as empresas concorrentes; além disso, considerou-se a perspectiva didática dos vídeos, já que o público precisa memorizar os movimentos das coreografias antes de executá-las nas academias.

Percebemos rapidamente que o material gráfico e audiovisual coletado, de grande valor estético e sociológico, apresentava uma visão política muito bem definida sobre o corpo dançante no contexto da indústria fitness e que se opõe aos pressupostos estético-pedagógicos de um programa de ensino de dança, a serem discutidos ao longo do texto. Por outro lado, a agilidade com que os conteúdos eram atualizados (novas campanhas aparecem toda semana) nos obrigou a rever constantemente os dados coletados, até definirmos o deadline da pesquisa (submissão ao periódico).

DESCRIÇÃO E ANÁLISE DE ALGUNS PROGRAMAS DE DANÇA FITNESS

Les Mills, Zumba Fitness e FitDance são as maiores empresas do mercado fitness a ofertarem programas de dança fitness. No Brasil, existem outros programas similares, como o PlayDance e o RitBox. Estas empresas brasileiras, embora não tenham alcançado o faturamento bilionário das concorrentes, possuem uma inserção bastante expressiva no mercado nacional, além de contribuírem com dados irrefutáveis sobre a verdadeira finalidade dos programas de dança fitness: o condicionamento físico com foco no emagrecimento.

Sh'Bam e BodyJam

Les Mills (Nova Zelândia) é uma das empresas mais consolidadas do setor fitness mundial. Com 55 anos de trajetória, a empresa oferece 21 programas de malhação, dentre os quais, dois se situam na categoria dança fitness: o Sh'Bam e o BodyJam.

Sh'Bam é apresentado como: “[...] uma malhação de dança insanamente viciante” (LES MILLS, 2023). Essa descrição, bastante pontual, mostra claramente que o programa não oferece aulas de dança, mas sessões dançantes de malhação. A finalidade do programa também é bastante

explícita: “Estimular o sistema cardiovascular e contribuir para a redução do estresse” (LES MILLS, 2023), o que não deixa nenhum espaço para a incorporação de valores pedagógicos, artísticos ou culturais. A associação direta entre o Sh’Bam e um comportamento *insanamente viciante* parece aberrar do conceito de saúde e bem-estar promovidos pela empresa, ainda que a locução tenha sido empregada como gatilho de marketing.

BodyJam é o programa mais antigo de dança fitness da Les Mills, lançado ao final dos anos 1990. O programa é definido como uma “[...] malhação de matar inspirada na dança com foco em movimentos corporais e música para fazer o corpo se mexer, o coração bombar e as endorfinas circularem, deixando nos praticantes uma sensação de poder e excitação” (LES MILLS, 2023). A descrição deixa muito evidente que o BodyJam não é um programa de ensino de dança, mas um treinamento de alta intensidade (uma *malhação de matar*) idealizado a partir do empréstimo de alguns passos de dança e pretensamente animado pelas “melhores músicas do mundo” (LES MILLS, 2023).

Percebe-se que o BodyJam, assim como o Sh’Bam, não se ocupa das questões técnicas e pedagógicas de uma formação em dança; o objetivo é oferecer aos praticantes “[...] uma *experiência* de treinamento físico chancelada pela ciência” (LES MILLS, 2023, grifo nosso). A empresa não hesita ao afirmar que essa *experiência* tem o poder de transformar a vida de seus praticantes, desde que eles se entreguem ao programa sem restrições: “Perca-se de si mesmo para dançar: isso é BodyJam!” (LES MILLS, 2023).

A palavra *experiência*, nesse contexto publicitário, não estabelece nenhuma relação com a noção filosófica da *Erfahrung*, dispositivo de sobrevivência delineado por Walter Benjamin (1994) contra a mecanização da vida. Enquanto arte e formação cultural-estética, a dança é uma via de acesso privilegiada à *Erfahrung* benjaminiana, um caminho de autoconhecimento e autodescoberta. Se o BodyJam propõe às pessoas que se percam de si mesmas para dançar, a arte nos convida a fazer o caminho inverso, a dançar para que possamos nos (re)encontrar com a essência de nós mesmos.

Zumba

A empresa Zumba Fitness (EUA), desde o início do empreendimento, em meados de 1990, até hoje, nunca fetichizou a ideia de *ensinar dança*, mantendo sua posição como “[...] um programa completo de malhação que combina todos os elementos do fitness: cárdio, condicionamento muscular, equilíbrio e flexibilidade” (ZUMBA FITNESS, 2023). As sequências de movimento são relativamente simples e repetitivas (*easy-to-follow*), o que facilita sua assimilação e garante aos

praticantes todos os benefícios de um treinamento cardiorrespiratório (cárdio) e o esperado emagrecimento.

A página oficial da Zumba circula em oito idiomas, incluindo o indonésio e o coreano, mas nenhuma informação mais detalhada sobre o programa é divulgada (história, referências estéticas, etc.); o que se percebe nessa página, ao fundo (em segundo plano), são algumas pessoas dançando energeticamente; em primeiro plano, o slogan da empresa aparece em letras maiúsculas (realçadas): “Alimente sua obsessão!” (ZUMBA FITNESS, 2023). Essa recomendação é similar à proposta do Sh’Bam e, da mesma maneira, parece aberrar do conceito de saúde e qualidade de vida vinculado à missão da empresa, distanciando-se ainda mais da perspectiva de uma ação pedagógica, cultural ou formativa em dança.

O discernimento da empresa Zumba Fitness em relação ao teor de seus produtos e serviços comercializados não se verifica em algumas instâncias jurídicas brasileiras. Em 2016, o Tribunal Regional Federal da 3ª Região (TRF3/SP) interpôs um agravo de instrumento contra a autuação do Conselho Regional de Educação Física da 4ª Região (CREF/SP) dirigida a uma instrutora de Zumba desprovida do diploma de Graduação em Educação Física. De acordo com o relator do acórdão (JUSBRASIL, 2016): “A Zumba é uma atividade de dança que se refere à expressão corporal por movimentos rítmicos e está ligada ao campo artístico e cultural, envolvendo o corpo humano e esforço físico” e, portanto, “[...] não se encaixa naquelas restritivas aos profissionais da Educação Física”. O direito de “ensinar dança” foi constitucionalmente resguardado à referida instrutora, que também não possui Graduação em Dança e lamenta, com algum romantismo, que pessoas com o dom, a paixão, o amor e o carisma de trabalhar com dança – além de dispor de alguns cursos de aperfeiçoamento – sejam privadas de atuar profissionalmente por coerção dos CREFs (PROGRAMA VIA LEGAL, 2017).

O magistrado que presidiu a audiência, claramente desinformado sobre a extensa diversidade de metodologias de trabalho corporal, desenvolvidas por ambas as áreas (Dança e Educação Física), objetou que “[...] se a atividade da autora fosse realmente direcionada à atividade física, e não artística, certamente existiriam variados equipamentos e acessórios de ginástica para auxiliar seus praticantes” (JUSBRASIL, 2016).

O agravante (CONFEEF), representado por seis advogados, recorreu da decisão até a última instância, insistindo no argumento de que o Zumba não é uma expressão artística, mas uma ginástica aeróbica voltada ao condicionamento físico. O processo correu por mais oito anos e foi encerrado pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ) em 24 de junho de 2024, momento em que os magistrados, por unanimidade, negaram provimento ao recurso e mantiveram os direitos da autora (JURISPRUDÊNCIA STJ, 2024).

Ritbox

Ritbox é um programa brasileiro de malhação criado em 2016 e definido pela equação: “Treino + dança + música = RitBox” (RITBOX, 2023). Apesar dessa definição, o programa não enfatiza o trabalho com dança, muito pelo contrário. O slogan da empresa, estampado nas miniaturas de quase todos os vídeos do seu canal no YouTube – e utilizado na vinheta de encerramento das produções – vai na contramão das concorrentes: “*Não é dança, é treino!*” (RITBOX TV, 2015, grifo nosso). O objetivo do programa não difere dos anteriores: “Queima de gordura, definição muscular, força, fortalecimento, resistência” (RITBOX, 2023), o que encerra a questão sem maiores discussões.

PlayDance

PlayDance é um programa de dança fitness vinculado à We Burn, plataforma de atividade física, saúde e bem-estar em franca ascensão no mercado fitness brasileiro. O programa foi desenvolvido por um casal de dançarinos e coreógrafos profissionais de dança de salão (Laura e Bernardo) que protagoniza todo o conteúdo disponibilizado em seu canal no YouTube. O nome do programa, embora esteja em inglês – corroborando a dominação cultural estrangeira (estadunidense) – foi muito bem escolhido, suscitando nos consumidores uma associação direta entre dança (*Dance*) e jogo, brincadeira e diversão (*Play*).

Apesar do background artístico do casal, a motivação em aproximar o PlayDance do universo da dança é idêntica aos outros programas anteriormente discutidos, ou seja, um gatilho de marketing, um fetichismo mercadológico. Logo, o foco do programa é a malhação e o emagrecimento: “Método de aulas de dança fitness combinando movimentos de dança e exercícios funcionais para você treinar e derreter gordura” (PLAYDANCE, 2024). As chamadas de alguns vídeos publicados no canal PlayDance (2016) comunicam que o programa não perpassa as complexas questões do ensino de dança, a despeito do que é anunciado (aulas de dança): *Queime dançando; Emagreça em 30 dias; Queime muita gordura em 20 minutos; Vem dançar e queimar tudo; Trincando o abdômen; Emagreça sem sofrer; Secando a gordura; Bumbum durinho; Barriguinha chapada; Soltando o quadril e queimando calorias.*

FitDance

FitDance é uma empresa brasileira criada em 2014. Em pouco mais de 9 anos, conquistou um crescimento exponencial, com representantes e instrutores credenciados atuando em vários

países: Portugal, Argentina, México, Chile e Uruguai. O nome do programa, bem pouco criativo, anuncia de antemão a proposta do empreendimento: uma dança fitness, ou seja, uma dança destinada ao *ajustamento corporal* (*Fit + Dance*). Mesmo assim, a empresa – que se apresenta como um “estilo de vida” (FITDANCE STORE, 2023) – tem apostado em uma estratégia de marketing bastante ousada: “Um programa de aulas e ensino de dança [...] com uma metodologia de ensino inovadora e exclusiva [...] que revolucionou o mercado da dança” (FITDANCE, 2023). A empresa também divulga que a “democratização dança” é um de seus pilares centrais (FITDANCE, 2023).

A proposição *metodologia exclusiva e inovadora* de ensino de dança não tem nenhuma lógica, uma vez que a proposta da FitDance não difere em nada dos outros programas de dança fitness anteriormente descritos, destinados ao condicionamento físico. As coreografias chegam prontas às academias, cabendo aos participantes reproduzi-las mecanicamente (por imitação) da melhor forma possível.

A questão da *democratização da dança* também não tem procedência, afinal, de que maneira um programa de fitness (privado) poderia contribuir para a democratização da dança? É possível encontrar alguma reverberação desse programa nos parágrafos e incisos dos artigos 215 e 216 da Constituição Federal que tratam do direito à cultura (BRASIL, [1988] 2016)? Não, não é possível.

Em relação à suposta *revolução do mercado da dança*, só poderemos concordar se a empresa estiver se referindo ao mercado fitness, pois quando ponderamos sobre o mercado da dança, não visualizamos academias de ginástica e instrutores de fitness, mas artistas, coreógrafos, intérpretes, espetáculos, teatros, gestores de espaços de dança, produtores e agentes culturais.

A postura quase delirante em se autodeclarar um *programa de ensino de dança* tem levado a FitDance a um enfrentamento direto contra as normativas do CONFEF. Nas instâncias jurídicas, talvez empoderada pela decisão do STJ no litígio sobre a instrutora de Zumba (supracitado), a empresa alega que o fundamento do seu programa é o ensino da dança enquanto manifestação artístico-cultural e, portanto, não precisa se sujeitar à regulamentação do CONFEF. Para elucidar essa contenda jurídica, selecionamos dois comunicados oficiais de Conselhos Regionais de Educação Física (CREFs). O primeiro, intitulado *FitDance é atividade exclusiva do profissional de Educação Física* e publicado pelo CREF da 1ª Região (Rio de Janeiro), definiu àqueles que atuam com o programa a obrigatoriedade de registro junto ao CONFEF. A nota esclarece que a FitDance “[...] é uma forma escamoteada de promover o exercício físico, especialmente quando se trata de treinamento físico ou atividade física, *disfarçada de dança*” (CREF1/RJ, 2019, grifo nosso). O segundo comunicado, publicado pelo CREF da 3ª Região (Santa Catarina), esclarece que: “A

FitDance, a par do que visível em seu material promocional, como o próprio contexto denota, caracteriza programa de fitness, voltado ao condicionamento físico, muito embora se valha da dança como seu meio” (CREF3/SC, 2018). A nota indica ainda que modalidades como o FitDance e a Zumba, entre outras, visam ao condicionamento físico e não ao fazer artístico-cultural; a denominação *dança* é apenas uma estratégia para tornar a malhação mais atraente para as pessoas, o que torna obrigatório o registro junto ao CONFEF (CREF3/SC, 2018).

ALGUMAS ESTATÍSTICAS DE PROGRAMAS DE DANÇA FITNESS EXTRAÍDOS DA PLATAFORMA YOUTUBE

Na Tabela 1, podemos visualizar alguns dados disponíveis nos canais oficiais das cinco empresas anteriormente analisadas. O cruzamento de dados nos ajuda a perceber algumas particularidades de cada empresa – suas dinâmicas de produção e marketing – e o impacto de suas campanhas publicitárias, que influenciam significamente o entendimento das pessoas sobre a dança e sobre o seu (des)valor à sociedade. Esses apontamentos não são absolutos, mas servem de norte para mais algumas problematizações.

Tabela 1 – Alguns dados estatísticos dos canais YouTube das empresas de dança fitness

CANAL OFICIAL YOUTUBE	ANO/LOCAL INSCRIÇÃO	TEMPO (ANOS)	VÍDEOS PUBLICADOS	VISUALIZAÇÕES	INSCRITOS (MILHÕES)
Zumba	1º jun. 2006 / EUA	17	515	177.577.755	1,25
Les Mills	13 mar. 2008 / N. Zelândia	15	280	96.004.689	0,94
FitDance TV	26 dez. 2013 / Brasil	10	5.521	7.380.071.796	16,43
RitBox TV	16 nov. 2015 / Brasil	8	1.041	28.656.197	0,77
PlayDance	30 dez. 2016 / Brasil	7	605	554.148.310	0,96

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados coletados na plataforma YouTube em 31 jan. 2024

O canal da *Les Mills* ocupa o último lugar do ranking em vídeos publicados e o penúltimo lugar em visualizações e inscritos. O canal oficial da empresa não divulga somente os programas de dança fitness (*Sh’Bam e BodyJam*), mas todos os outros 19 programas de malhação da empresa. Isso nos leva a concluir que a *Les Mills* tem investido muito mais em parcerias internacionais com *fitness clubs* e academias do que em seu canal do YouTube. Conforme contabilização da empresa, seus 21 programas de *fitness* circulam em cerca de 20 mil estabelecimentos situados em mais de 100 países (LES MILLS, 2023).

Em relação ao canal da *PlayDance*, observamos que detém praticamente o mesmo número de inscritos do que o canal da *Les Mills* e, aproximadamente, o dobro de vídeos publicados, mesmo ocupando a plataforma YouTube por apenas sete anos – quase a metade do tempo ocupado pela *Les*

Mills (16 anos). Quanto às visualizações, a *PlayDance* contabiliza 5,8 vezes mais visualizações do que a concorrente neozelandesa. Essas diferenças são muito expressivas, sobretudo, se ponderarmos que o casal *PlayDance* trabalha praticamente sozinho e de forma caseira (amadora), produzindo e protagonizando todo conteúdo audiovisual.

O canal da *Zumba* é o mais antigo de todos, tendo feito a sua inscrição na plataforma YouTube há 18 anos. Apesar disso, o canal ocupa o penúltimo lugar em vídeos publicados e a terceira posição em visualizações, perdendo para o jovem canal da *PlayDance* em ambas as categorias. No campo “número de inscritos”, o canal da *Zumba* ocupa a melhor posição (segundo lugar). A *Zumba*, de modo semelhante à *Les Mills*, parece concentrar os seus investimentos na gestão de eventos e produtos (formação de instrutores, aplicativo, roupas da grife, etc.) e em sua inserção nas academias e clubes de fitness.

O canal da *RitBox* é o segundo mais produtivo, são mais de mil vídeos publicados em oito anos, uma média de 130 vídeos por ano (10 vídeos por mês). A profusão de vídeos publicados não foi suficiente para garantir ao canal uma boa colocação, que ficou em último lugar em número de inscritos e – em comparação com os outros canais – teve um número muito reduzido de visualizações. O slogan de negação da dança (“Não é dança, é treino!”), presente em quase todos os vídeos da empresa, deve ter sido decisivo para o “fracasso” do canal, a despeito de sua eficácia enquanto programa de malhação.

O que mais chama a atenção nessa tabela é a discrepância de dados entre o canal da FitDance e os demais. Embora tenha se inscrito na plataforma YouTube há pouco mais de 10 anos, a empresa brasileira supera largamente as demais em todos os itens. Se os dados de todos os outros canais fossem somados, a FitDance se manteria com larga folga no primeiro lugar do ranking, em todos os itens. Essa somatória nos leva aos seguintes resultados: 1) A FitDance publicou 2,2 vezes mais vídeos no seu canal do que todas os outros canais juntos; 2) Conquistou 8,6 vezes mais visualizações do que todas os outros canais juntos; 3) Possui quatro vezes mais inscritos do que o número de inscritos de todos os outros canais agrupados (16,4 milhões de internautas em 50 países). Com essa estatística, o canal da FitDance deve faturar em média 30 mil dólares por mês (renda passiva).

Além do canal oficial, a FitDance administra outros três: FitDance Life, em espanhol (México, 2016), com 5,5 milhões de inscritos e 1,3 bilhões de visualizações (1.142 vídeos); FitDance Channel, em inglês (Índia, 2017), com 271 mil inscritos e 9,4 milhões de visualizações (203 vídeos) e o canal FitDance Kids & Teen (Brasil, 2015), com mais de 2 milhões de inscritos e 843 milhões de visualizações (811 vídeos).

O que leva os internautas a navegarem pelos canais da FitDance talvez não seja a vontade de aprender a dançar, mas apreciar o conteúdo erotizado das coreografias, interpretadas com voluptuosidade por rapazes – que incorporam trejeitos de *latin lover* – e moças saradas trajando figurinos de malhação bem curtos e colados no corpo. Curioso observar que esse tipo de erotização não se encontra presente nas produções videográficas das empresas Les Mills e Zumba; estas coreografias são bastante sensuais, mas empregam outros tipos de movimento (não há uma obsessão pela *sarrada*¹ e suas variações, como nas coreografias da FitDance) e figurinos ligeiramente diferentes: calças largas (moletom ou equivalente), especialmente para as mulheres. Há questões culturais que norteiam essas diferenças coreográficas, evidentemente; em todo caso, a fórmula da coisificação do corpo feminino e da exploração da masculinidade erotizada do corpo masculino (tóxica) é bastante recorrente, tendo sido insistentemente aplicada pelo marketing de empresas de bebidas, cigarros e automóveis desde há muito tempo, vinculada a comerciais de televisão, jornais, magazines e outdoors no mundo inteiro.

A impressionante visibilidade dos canais da FitDance contribui imensamente para a construção de um entendimento enviesado, vulgarizado e descartável de corpo, dança e sexualidade, o que é significativamente potencializado com o repertório musical escolhido para as coreografias, como veremos mais adiante.

AULA DE DANÇA OU MALHAÇÃO? ARTE-EDUCADOR OU *FITNESS INSTRUCTOR*?

No contexto das academias de ginástica, as sessões de dança fitness – como todas as modalidades coletivas – são apresentadas como aulas, o que provoca certo estranhamento, visto que o profissional responsável por essas modalidades não possui, necessariamente, formação pedagógica, e nem se orienta por um programa de ensino de dança delimitado por conteúdos e objetivos educacionais previamente estabelecidos.

As sessões de dança fitness requerem a presença de um *fitness instructor* (instrutor de fitness), não de um professor-arte-educador. O papel de um instrutor de fitness é conduzir e supervisionar as sessões de malhação, não lhes cabe ministrar conteúdos propriamente pedagógicos. Em alguns países como os Estados Unidos, ao contrário da legislação brasileira, a graduação em Educação Física não é um pré-requisito para a atuação do *fitness instructor* em clubes e academias.

¹ “Sarrada” é um movimento muito característico do funk brasileiro que simula uma penetração (coito anal ou vaginal) por trás, vulgarmente conhecida como “de quatro”, na qual o executante segura com as duas mãos a cintura-quadril de uma parceira ou parceiro imaginário em estado de sujeição (voluntária ou não). Esse movimento, realizado indiscriminadamente por homens e mulheres (e crianças), é geralmente executado com agressividade e violência, simulando um ato de *hardcore sex*.

Para atuar legalmente nesse campo profissional, basta realizar uma rápida formação técnica instrumentalizada com duração de um ano (ou menos).

Os praticantes da dança fitness, de sua parte, não são propriamente alunos, mas clientes-consumidores que aderiram – via contrato de prestação de serviço de atividade física – a um programa de condicionamento físico. O que leva esse público formado, majoritariamente, por mulheres a aderir aos programas de dança fitness não é o ensino-aprendizagem de uma linguagem artística, mas a malhação, quase sempre com o propósito de emagrecer, como já foi anteriormente exposto.

Se as sessões de dança fitness possuem a mesma estrutura de um treino de cárdio, por que descrevê-las como aulas de dança? É realmente estranho, pois, *stricto sensu*, não são aulas de dança, mas sessões de condicionamento físico, argumento central de defesa utilizado pelos CREFs no litígio contra instrutores de dança fitness desprovidos de registro junto ao CONFEF, como foi anteriormente relatado. Do ponto de vista da arte e da formação cultural inerente a uma linguagem artística, o conteúdo corporal-sonoro dos programas de dança fitness é totalmente estéril e em nada contribui para a emancipação dos sujeitos, horizonte almejado por todo arte-educador engajado com o processo de educação estética.

Alguém poderia argumentar que as sessões de dança fitness são permeadas por situações de ensino-aprendizagem, afinal, uma sequência de movimentos precisa ser assimilada. Isso está correto, não obstante, como o *ensino* é realizado de forma totalmente mecânica e sem nenhum espaço para o desenvolvimento da autonomia, da criatividade ou da autoexpressão, parece ser mais apropriado descrever o processo como um *adestramento corporal* direcionado ao condicionamento físico. Se, todavia quisermos insistir na ideia do *ensino* das danças fitness, será necessário situá-lo junto ao modelo pedagógico estabelecido por Paulo Freire e conhecido como *educação bancária* (FREIRE, 2021), cujas limitações e prejuízos são amplamente conhecidos.

O modelo pedagógico tecnicista de ensino de dança baseado na imitação servil de passos e coreografias pré-determinadas já foi superado há muito tempo, ainda que ele possa ser visto em plena atividade em muitas escolas e academias de dança. Isadora Duncan, autora de referência da modernidade na dança, encerrou essa questão com muita elegância e de um modo categórico: “A dança não é um conjunto de passos arbitrários resultantes de combinações mecânicas; embora possam ser úteis como exercício técnico, não podem presumir a instituição de uma arte, isso seria confundir o fim com os meios” (DUNCAN, [1908] 2003, p. 43).

No início dos anos 1990, no Brasil, Ana Mae Barbosa revolucionou o ensino de arte ao apresentar uma nova metodologia, conhecida como *abordagem triangular* (BARBOSA, 2019). Isabel Marques (2012) se dedicou a adaptar a proposta – concebida originalmente para o ensino de

artes visuais – para o ensino de dança, sustentando seus princípios originais: a *apreciação*, a *contextualização* e o *fazer artístico*. Os instrutores de dança fitness tem ciência dessas discussões? Não; a *abordagem triangular* integra o conteúdo programático dos cursos de capacitação de instrutores oferecidos pelas empresas de fitness? Também não; e se esses pressupostos didático-metodológicos, por alguma razão (de marketing, talvez!) fossem apresentados nesses cursos, seria possível aplicá-los em uma sessão de dança fitness cujo propósito é o emagrecimento? Jamais, os próprios praticantes não aceitariam interromper o treino para *apreciar* danças clássicas ou populares, nem *contextualizar* obras consagradas pela historiografia do espetáculo e, tampouco, dedicar-se ao *fazer artístico* através de jogos de improvisação e técnicas de composição coreográfica. Esses três momentos, imprescindíveis ao ensino de qualquer arte, acabariam com a dinâmica fisiológica de um treino aeróbico e colocaria em xeque o objetivo principal dos praticantes: o gasto calórico.

Há uma diferença muito acentuada entre os vídeos divulgados pelas campanhas publicitárias das empresas de fitness e aquilo que as pessoas vivenciam nas academias. As músicas e coreografias podem ser as mesmas, mas a performance dos dançarinos (profissionais) que protagonizam as coreografias dos vídeos é muito superior à capacidade dos praticantes ou mesmo dos próprios instrutores licenciados. É muito visível que a maior parte dos praticantes não teve acesso a uma formação corporal consolidada, qual seja esportiva, marcial (lutas), gímnica (acrobatia) ou artística (teatro, circo ou dança); a tentativa de reproduzir, em tempo real, os movimentos pré-definidos executados pelos instrutores é geralmente frustrada. O que se verifica nessas sessões de malhação é uma hierarquização de valores muito parecida com a disposição tradicional das carteiras enfileiradas de uma sala de aula: os “melhores alunos” ocupam as primeiras fileiras, e os “alunos-problema” (que precisam de mais atenção do professor), as últimas.

Nas sessões de dança fitness, aqueles que possuem alguma experiência em dança e conhecem as coreografias tão bem quanto os instrutores ocupam a primeira ou, no máximo, a segunda fileira; os demais, que apresentam sérias dificuldades de coordenação motora e rítmica, ficam nas últimas fileiras, espremidos contra a parede do fundo da sala. Durante essas sessões de dança fitness, de modo a garantir o gasto calórico (treinamento aeróbico), as sequências de movimento são apresentadas de modo ininterrupto; os participantes situados nas últimas fileiras se contorcem na tentativa de enxergar o que o instrutor – de costas para a turma – está fazendo, e tentam, inutilmente e sempre em desacordo com o *tempo* musical, acompanhar os seus movimentos. Se fosse realmente uma aula de dança – em uma concepção humanizadora e dialógica – e não uma sessão de malhação, o professor buscaria outras configurações de espaço e não permitiria que os “menos habilidosos” vivenciassem esse tipo de constrangimento (e violência).

O MARKETING DA DIVERSÃO

Divertir-se, brincar e se alegrar enquanto se exercita é um dos gatilhos de marketing mais evidentes dos programas de dança fitness. Esse *marketing da diversão* já estava presente nos primórdios da cultura fitness. Em 1969, pouco antes do surgimento da *aerobic dance*, Judi Sheppard Missett criou o *Jazzercise*, uma combinação de passos de jazz dance com exercícios de cárdio (*Jazz + Exercise*). A modalidade foi inicialmente divulgada como *Jazz Dance for fun and fitness* (Jazz dance para diversão e fitness), descortinando as bases de um revolucionário empreendimento. A decisão de deixar a carreira como professora de dança para se tornar uma instrutora de fitness foi crucial para garantir à Mrs. Missett a própria subsistência, uma vez que suas alunas de jazz dance, muito mais interessadas em emagrecer do que aprender a dançar, estavam indo embora (MISSETT, 2019). Trocar a complexidade técnica das coreografias de jazz dance por sequências banais de movimento (*easy-to-follow*) não deve ter sido fácil para ela, que havia se graduado em dança e teatro pela Northwestern University (Illinois, EUA). O novo empreendimento, ao longo de 55 anos, rendeu-lhe um patrimônio líquido de 100 milhões de dólares, gerado a partir das 8,5 mil franquias da empresa, distribuídas em 25 países (MISSETT, 2019).

Todos os programas de dança fitness aqui abordados seguiram as coordenadas deixadas pelo *Jazzercise*. Todos eles garantem que as sessões de malhação podem ser agradáveis e até divertidas: “Aprenda a dançar enquanto se diverte” (LES MILLS, 2023); “Fique em forma dançando, treinar pode ser divertido” (PLAYDANCE, 2024); “As aulas de dança fitness são divertidas, energizantes e farão você se sentir incrível” (ZUMBA FITNESS, 2023); “Levar felicidade à vida das pessoas” (FITDANCE, 2023); “Transformar o treino em um momento de diversão e descontração, queimar calorias e definir o corpo” (PLAYDANCE, 2023); “Usando a música + treino para deixar o seu processo de emagrecimento mais divertido” (RITBOX, 2023); “Aprenda. Divirta-se. Dance até pingar” (FITDANCE, 2023).

Uma novidade da Les Mills, recém-lançada no mercado, é o *Les Mills XR Dance*, um game de dança fitness com recursos de realidade virtual a serem jogados com o dispositivo Meta Quest 3 (óculos de VR). A proposta publicitária apresenta o *XR Dance* como um novo nível da categoria *exertainment* (exercício + entretenimento), através do qual será possível aprender a dançar se divertindo como uma criança.

No limite da associação entre malhação e diversão, algumas academias contratam os serviços de um DJ e recorrem a projetos luminotécnicos completos: luzes piscantes, holofotes de

luz negra e *chauvet line dancer*. Imersos nessa excitante atmosfera (o professor fica sobre um tablado elevado ou palco), os praticantes acabam “curtindo” as sessões de malhação como verdadeiras “baladas”, uma imagem muito bem explorada pelas empresas: “Venha para a festa. Fique para a malhação” (LES MILLS, 2023); “Dispense a malhação, vamos curtir a festa!” (ZUMBA FITNESS, 2023); “Uma festa de dança fitness com queima de calorias” (ZUMBA FITNESS, 2023); “Conte com dançarinos profissionais [...] eles serão seus treinadores particulares e parceiros de balada” (LES MILLS, 2023).

Com Huizinga (2018), aprendemos que seriedade e ludicidade podem dialogar como forças complementares; todavia, uma aula de dança não é uma “balada” e nem o professor, um MC. O processo de ensino e aprendizagem de uma linguagem artística – ou de um domínio científico ou filosófico – requer um enorme investimento de tempo e energia (física e mental); o caminho é longo e precisa ser percorrido com muita persistência e de um modo consciente, sem atalhos, distrações ou compensações. Para Louise Bourgeois (2000, p. 131, grifo nosso), o fazer artístico é a antítese do happy hour: “Faço escultura por necessidade. *Não me divirto nem um pouco*. Na verdade, tudo o que faço é um campo de batalha, uma luta até o fim”.

A tentativa de suprimir de um treino de condicionamento físico valores como seriedade e compromisso contribui para desqualificar o instrutor de fitness e até mesmo o próprio campo de conhecimento da área (Educação Física). Se o instrutor – graduado em Educação Física – é um *parceiro de balada*, e o treino – estruturado sob preceitos científicos – uma *festa*, como e com quais argumentos será possível defender as pautas dessa categoria profissional? Por fim, a busca implacável pela fidelização dos clientes da parte dos instrutores de dança fitness (e personal trainers) é uma regra de ouro do marketing da diversão, demanda que impõe aos profissionais uma condição deplorável de submissão.

A QUESTÃO DO REPERTÓRIO MUSICAL (E COREOGRÁFICO) DAS DANÇAS FITNESS

Em termos de estruturação musical, o repertório musical das sessões de dança fitness do século XXI não mudou muito em relação ao que era utilizado (tocado) entre os anos 1980 e 1990. Ainda que o produto musical seja praticamente o mesmo em todos os programas de dança fitness – hits comerciais descartáveis de forte acentuação métrica –, cada um possui coloridos que lhe são próprios. A Les Mills aposta no repertório instrumental eletrônico das raves (*house, hip-hop, drum and bass, tramp*), garantindo tratar-se, como foi anteriormente explicitado, “[...] das melhores músicas do mundo!” (LES MILLS, 2023); a Zumba explora mais fortemente os ritmos latinos e

caribenhos (salsa, merengue, *reggaeton*, mambo), marca registrada da empresa; a FitDance investe nas tendências do mercado brasileiro de música midiática: sertanejo, piseiro, funk, axé e pagodão.

A FitDance divulga ser “[...] uma das empresas que mais cresce no planeta” (FITDANCE, 2023). Não sabemos se esse dado está correto, mas parte do desconhecido sucesso da empresa é dividido à parceria comercial estabelecida com os cantores e bandas aclamados pelo grande público. É a partir desse repertório musical massificado – produzido com recursos melódicos, rítmicos e harmônicos muito precários – que as coreografias oficiais da empresa são criadas.

Os títulos das músicas coreografadas pela FitDance – que são replicados em letras garrafais nas miniaturas dos vídeos publicados no YouTube – evidenciam o extremo empobrecimento da estética musical brasileira, além de incitarem o alcoolismo, a relação sexual mecanizada, a violência contra a mulher e o aliciamento de meninas (Quadro 1). A compulsão sexual é o tópico principal das canções, cujo eu lírico costuma ser um homem obcecado pelas nádegas das mulheres e pelo desejo de possuí-las, preferencialmente em penetração por baixo (posição de *cowgirl*, normal ou invertida). Às vezes, mais raramente, o eu lírico das canções é uma mulher, usualmente ninfomaníaca e perversa.

Quadro 1 – Títulos de algumas músicas coreografadas pela FitDance

Sentada Malvada	Acordo pra beber	Ai papai	Que rabão	Toma tapa na cara
Ela vem sentando	Casei com a putaria	Novinha	Bota sem amor	Bandidona
Sentar de dia	Bebe, volta e senta	O pai avisou	Bota com pressão	Toma safadona
Senta caladinha	Pilantira	Bonde das novinhas	Joga a bunda agora	Surra
Sentada violenta	Tu vai beber	Colo do pai	O poder da bunda	Tapinha
Sentada viciosa	Eterna sacanagem	No chão novinha	Vem por cima	Toma sua cavalona
Senta malvada	Aquela sacanagem	Lovezinho do pai	Assanhadinha	Pode maltratar
Senta pra carai	Modo safado	Pras novinha	Surra bem dada	Toma tapa
Vou sentar	Me bate com a raba	Vem sentar pro pai	Apaga a luz e toma	Pilantira
Quando ela sentou	Putariazinha	Novinha inteligente	Toma socadona	Tarada
Sentadinha diferente	A porra do amor	Ai papai	Tá possuída cadela	Indecente
Treme a bunda	Colinho do vagabundo	Roça roça das meninas	Empina essa bunda	Vou bota pra machucar
Fode bem	Pau Torando	A novinha tá com 5 namorados	Elas gostam dos cachorros	Eu vou com carinho, ela quer com força
Mete a louca	Soca soca	Apenas um neném	Elas vai no chão	Quero cachorrada
De 4 pode	Noite das safadas	Sarra na pista novinha	Bota o bundão pra trabalhar	1, 2, 3 vou bota pra machucar
Soca tudo	Tô colocando	Novinha vai no chão	Assanhadinha	Toma mamadeira

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados disponibilizados no canal FitDance TV.

Um dos vídeos do canal – o Fode Bem (música de Felipe Amorim e MC Mika) – encontra-se com o acesso restrito, visto que a plataforma YouTube considerou o conteúdo impróprio para menores de 18 anos e cujo acesso só é possível mediante identificação (login na conta do usuário). Essa censura se justifica? Será que o bloqueio se deve ao conteúdo visual-coreográfico do vídeo? Absolutamente, os gestos e movimentos erotizados de Fode Bem não se diferenciam em nada dos

outros vídeos. De qualquer modo, o episódio nos faz questionar se a transcrição literal do conteúdo libidinoso, narcisista e pornográfico das letras em coreografias não se opõe ao compromisso estabelecido pela empresa: “Unir pessoas ao redor do mundo por meio da dança, levar felicidade, saúde mental e transformação social” (FITDANCE, 2023).

A dança se manifesta através de uma linguagem própria: a linguagem coreográfica. Uma coreografia de dança, em essência, é uma obra de arte. Essa associação não se aplica às produções da FitDance, evidentemente, e tampouco às produções dos outros programas de dança fitness. Recrutando os conceitos-chave de Tolstói (2019), podemos inferir que as coreografias de dança fitness não são obras de arte, mas *simulacros*, *falsificações grotescas* produzidas através do empréstimo de fragmentos de outras danças e *destituídas de sentimento e valor estético*.

Claudio Santoro (1986), ao denunciar a incapacidade do público em distinguir uma produção artística de uma produção musical de consumo, insiste no argumento de que “[...] existe uma grande diferença entre um inventor de melodias e alguém que organiza, desenvolve e trabalha em cima de alguns elementos, e que, enfim, compõe” (SANTORO, 1986, p. 57). Do mesmo modo, há uma grande diferença entre encaixar arbitrariamente uma sequência de passos estereotipados com duração média de três minutos que será gravada em um estúdio por uma câmera fixa, e produzir um espetáculo coreográfico com duração de 50 ou 90 minutos que será apresentado ao vivo em um teatro com capacidade para mais de mil pessoas. Em razão disso, torna-se impossível alocar Fábio Duarte (FitDance), Beto Peres (Zumba) ou Gandalf Archer Mills (BodyJam) na mesma categoria ocupada por artistas como Sandro Borelli (Brasil), Wim Vandekeybus (Bélgica) ou Dimitris Papaioannou (Grécia), coreógrafos internacionalmente reconhecidos pelo compromisso de denunciar, sem efeitos especiais, a trágica realidade da existência humana.

A reflexão do maestro Cláudio Santoro, ainda que suscite alguma controvérsia, ajuda-nos a escrutinar o problema do embrutecimento do gosto estético-musical – e coreográfico – de parte considerável da sociedade brasileira (e mundial), um fenômeno que Adorno, há quase 90 anos, descreveu como *regressão da audição* (ADORNO, [1938]1991). Ainda com Adorno, a audição extensiva e massificada desse repertório musical grotesco – entremeada pelas cenas coreografadas – conduz fatalmente à completa alienação dos indivíduos, fiéis seguidores do mainstreaming, nova e atualizada versão da indústria cultural.

OS APLICATIVOS DE DANÇA-MALHAÇÃO EM CASA

O formato da malhação em casa teve início com a popularização dos *home videos* (VHS), especialmente aqueles protagonizados por Jane Fonda, que contabilizou um total de 27 produções

para públicos bastante variados (mulheres, gestantes, idosos, crianças e adolescentes). Os VHS de malhação foram substituídos pelo DVD e este, pelos aplicativos móveis (Apps) acessados por streaming, o que traz algumas inquietações.

Todos os programas de dança fitness analisados, acompanhando as tendências do mercado, já se encontram disponíveis no formato dos aplicativos. Acompanhar uma sessão de condicionamento físico por streaming pode otimizar a organização do tempo das pessoas (clientes) e maximizar o faturamento das empresas; no entanto, realizar exercícios corporais sem dispor da orientação e o feedback de um profissional pode ser bastante arriscado à integridade física e mental dos praticantes.

Com exceção da FitDance, todas as empresas analisadas, de modo a evitar possíveis desdobramentos jurídicos em caso de acidentes, apresentam em seus sites um aviso legal (*disclaimer*) sobre os riscos de se realizar exercícios corporais sem a supervisão de um profissional, recomendando expressamente que seja feita uma prévia consulta médica antes de dar início ao treinamento físico. Essas recomendações são idênticas àquelas apresentadas nas produções videográficas de Jane Fonda desde o início dos anos 1980 (Quadro 2).

Quadro 2 – Aviso legal

Os exercícios deste programa foram projetados para pessoas com ampla experiência, dançarinos e atletas. As instruções e aconselhamentos aqui apresentados não pretendem, de forma alguma, substituir a orientação de um médico. CONSULTE O SEU MÉDICO ANTES DE INICIAR ESTE OU QUALQUER OUTRA PRESCRIÇÃO DE EXERCÍCIOS. Os criadores, produtores, participantes e distribuidores deste programa isentam-se de toda responsabilidade ou prejuízo em relação aos exercícios e aconselhamentos aqui dispostos.

Fonte: Transcrição da tela de abertura do vídeo *Jane Fonda's New Workout* (1985).

A proposição de aprender a dançar através de um aplicativo nos remete a um cartoon do Pateta (*Goofy*, em inglês), personagem de animação criado pelos estúdios Walt Disney em 1932. No início do curta-metragem, intitulado originalmente *How to Dance* (Aprenda a dançar) e lançado em 1953, Pateta aparece sentado em uma mesa de um clube de dança de salão. Ele está sozinho e desconsolado, é o único que não está dançando ao ritmo frenético da banda (ao vivo). Sem avisar ninguém (à francesa), ele volta para casa. O completo bloqueio psíquico-físico do personagem em relação à dança o leva a comprar um manual prático e arriscar um aprendizado autodidata. O instrutor (em voz off) afirma que aprender a dançar é muito simples, sendo suficiente recortar as pegadas disponibilizadas no livro (em formato de solas de sapato) e posicioná-las geometricamente no chão conforme instruções. Pateta segue as coordenadas do instrutor imaginário, mas fracassa terrivelmente. Ele ainda tenta a segunda lição: dançar com um manequim de rodinhas, mas fracassa

outra uma vez. A voz do instrutor volta à cena para lhe dar um conselho: “Se você estiver tendo dificuldade em aprender sozinho, talvez seja necessário frequentar uma escola de dança devidamente credenciada” (GOOFY, 1953).

O referido cartum é alienante como toda produção audiovisual de massa, mas serve de ilustração para refletirmos sobre como a ideia de aprender uma arte – no caso, a dança – através de manuais, vídeos, tutoriais, games ou aplicativos pode ser ridícula.

A questão dos aplicativos de dança-malhação coaduna o problema da desvalorização dos instrutores de fitness que, como foi anteriormente abordado, são submetidos à condição (descartável) de *parceiros de balada*. Se um aplicativo como o *Les Mills XR Dance*, por exemplo, é muito mais interessante, divertido e prático – além de ser igualmente eficiente na queima de calorias – do que uma sessão de malhação ao vivo, para que contratar os serviços de um profissional? Mais coerente e excitante *curtir* a sessão de malhação com o avatar do Gandalf Archer Mills e dispensar o ilustre-desconhecido companheiro de festa (o instrutor de fitness).

A INFÂNCIA COMO MERCADO-ALVO DOS PROGRAMAS DE DANÇA FITNESS

A entrada da infância no mercado fitness não é uma novidade. Em 1990, os produtores da série *Malhação com Jane Fonda*, entre as mais variadas temáticas, lançaram um programa destinado ao público infanto-juvenil: *The Fun House Fitness* ou *The Fun House Funk*. Jane Fonda era apenas a anfitriã do programa – conduzido por um ator estreante (J. D. Roth) –, mas ela dava aos telespectadores mirins garantias de muita diversão: “Vai ser um vídeo selvagem de malhação, idealizado para você se tornar mais rápido e mais forte do que nunca” (JANE FONDA’S WORKOUT, 1990). A proposta, bastante original naquele momento, era mesclar exercícios de condicionamento físico com gincanas, estafetas, muita tinta e torta na cara.

As empresas Zumba Fitness, Les Mills e FitDance têm investido nessa direção, oferecendo programas de dança (atividade física) destinados ao público infanto-juvenil. Os programas Zumba Kids (duas etapas, dos quatro aos 11 anos) tem como propósito “contribuir para o desenvolvimento de um estilo de vida saudável e incorporar o fitness como uma parte natural da vida das crianças, fazendo do fitness uma diversão” (ZUMBA FITNESS, 2023). O *Born to Move* (programa da Les Mills) abarca a faixa etária de dois a 16 anos (quatro etapas) e é descrito como “[...] um programa inovador de exercícios para crianças fundamentado nas mais recentes pesquisas em ciência do exercício [...] a combinação entre diversão e fitness, do jeito que a criança adora” (LES MILLS, 2023). A FitDance Kids & Teens (cinco a 13 anos, duas etapas) é divulgado da seguinte maneira:

“Este programa de aulas de dança é ideal para as crianças e pré-adolescentes que gostam de dançar. *Pode deixar a garotada à vontade na frente da telinha!*” (FITDANCE KIDS & TEENS, 2015, grifo nosso).

O *Born to Move* aproxima-se de um programa regular de Educação Física (escolar), situado na perspectiva da *abordagem desenvolvimentista*, com o agravio de não contar, necessariamente, com profissionais licenciados, visto que as aulas acontecem no ambiente das academias (campo de atuação restrito aos bacharéis em Educação Física).

O programa *FitDance Kids* não apresenta muitas diferenças estruturais (coreográficas) em relação às sessões de FitDance destinadas ao público adulto: trios, formação triangular, sequências repetitivas, passos estereotipados, repertório musical massificado (do gênero infantil). Parte considerável dos vídeos disponibilizados foi gravado com crianças, às vezes, acompanhadas pelos dançarinos profissionais da empresa. Em 2019, impulsionada a ingressar no mercado da espetacularização da infância, a empresa chegou a divulgar um edital (concurso) de seleção de talentos – crianças com idade entre seis e nove anos residentes em Salvador (BA) – para compor a Equipe Show Kids (FITDANCE, 2019). Como não houve nenhuma divulgação dos resultados dessa seleção, supomos que o projeto foi engavetado, por razões que desconhecemos.

Em todos os programas, as crianças são iniciadas aos padrões estereotipados de movimento das danças fitness, em detrimento de suas capacidades criativas e expressivas. A lógica das empresas é bastante explícita: semear a *cultura do ajustamento do corpo* desde a infância (até a velhice) e garantir a manutenção de seu próprio mercado. Recrutando o mesmo conceito utilizado pelo marketing da Zumba, a proposta é “viciar” as crianças (consumo compulsivo dos programas de dança fitness).

A missão da Les Mills deixa muito evidente os contornos de um verdadeiro projeto político-corporal: “Ajudar as pessoas a se apaixonarem pelo fitness [...] estabelecendo padrões saudáveis e incutindo nas crianças e jovens a consciência da importância de se manter [fisicamente] ativo ao longo de toda a vida” (LES MILLS, 2023). A proposta é legítima e responde a uma das pautas mais urgentes da WHO: a *educação para a saúde*. Esse projeto de saúde e educação corporal, todavia, não ultrapassa o limite imposto pelo modelo prescritivo e médico-naturalista, já amplamente problematizado, relativizado e superado pelas discussões feitas no campo da Saúde Coletiva, com destaque para o clássico ensaio de Joel Birman (1991).

Resta indagar se a concepção de educação corporal inerente às bases político-ideológicas desses programas de dança fitness, direcionados ao público infanto-juvenil, estabelece alguma relação com os pilares da educação edificados por Jacques Delors (2003) e que se tornaram uma referência importante para os educadores do século XXI: *aprender a conhecer, aprender a fazer,*

aprender a conviver e aprender a ser. Ao que parece, diante da apreciação dos conteúdos textuais e audiovisuais produzidos por essas empresas e consumidos pelas crianças e adolescentes (sob o resguardo da família), o modelo de educação corporal proposto – um modelo tecnicista, baseado no paradigma da aptidão física – não dialoga, de forma alguma, com a perspectiva revolucionária apresentada por Delors.

CONSIDERAÇÕES FINAIS (NÃO CONCLUSIVAS)

Todas as indagações aqui apresentadas são apenas um ponto de vista sobre os programas de dança fitness, atualmente, em circulação no mercado do ajustamento do corpo, uma temática ainda insuficientemente problematizada. Não se trata de descartar os benefícios promovidos por essas práticas, os quais certamente existem, como podemos observar através das discussões e relatos apresentados por Silva, Gehres e Caminha (2021). A questão a ser observada, como um sinal de alerta, é a banalização da dança, reduzida à categoria *atividade física* (programas de condicionamento físico) e vendida pelo mercado fitness como *ensino de dança*.

A simplificação de um fenômeno histórico e sociocultural complexo – uma linguagem artística – desemboca na desvalorização do trabalho do professor, já suficientemente precarizado, e na desqualificação da instituição escolar e dos espaços públicos e privados de arte e cultura. O professor que se dedica ao ensino artístico-criativo da dança, em franca desvantagem, rivaliza com *influencers*, *youtubers* e *tiktokers* dançarinos que, em sua maioria, são indiferentes ao sofrimento de seus seguidores (e de toda humanidade) e estão dispostos a fabricar qualquer tipo de absurdo para garantir a manutenção de seu status quo midiático (e milhares de *likes*).

Se o professor-educador de dança não é um influenciador digital e tampouco um instrutor de fitness, perguntemo-nos: Quem é esse profissional? Qual é o seu background artístico? Ele precisa ter formação acadêmica (graduação)? Em qual área: Dança ou Educação Física? Licenciatura ou Bacharelado? Vamos raciocinar. Para ensinar dança na educação básica, o assunto está resolvido: é compulsório ter o diploma de Licenciatura, seja em Educação Física – para atuar junto ao componente curricular Educação Física, cuja ementa prevê o ensino da dança como linguagem – ou em Dança, Teatro, Música ou Artes Visuais – para atuar junto ao componente curricular Arte, cuja ementa prevê o ensino da dança como linguagem. E fora da escola, em academias de dança, equipamentos culturais e pontos de cultura, quem está habilitado a ensinar dança? Dançarinos e ex-dançarinos? Mestres da cultura popular? Coreógrafos? Medalhistas de concursos de dança? A

resposta não é inequívoca e se desdobra em um angustiante debate público, intensificado desde a criação do CONFEF há 25 anos.

Artistas e educadores da dança ganharam espaço político com o lançamento, ao final de 2023, da Frente Parlamentar em Defesa dos Profissionais da Dança, presidida pelo deputado Carlos Zarattini e mais quatro vice-presidentes, entre eles, Alice Portugal, grande defensora das pautas da dança e responsável por apresentar o parecer à ementa ao texto do substitutivo do Projeto de Lei 7.370/02 (BRASIL, 2002) – dispondo que não estão sujeitos à fiscalização dos Conselhos Regionais de Educação Física os profissionais de dança, artes marciais e ioga – veementemente contestado pelo CONFEF (A POLÊMICA..., 2005). A deputada baiana, no calor de seu breve discurso, não hesitou ao afirmar que: “A dança não é a função de um profissional de Educação Física” (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2023).

A infeliz sentença desconsidera documentos normativos importantes como a Base Nacional Comum Curricular (BNCC) – que insere a dança (*danças*) como unidade temática do ensino de Educação Física – e a vasta contribuição da Educação Física brasileira – representada pelos seus profissionais de excelência, graduados, mestres e doutores – em prol do ensino, da pesquisa e da extensão na área da dança, sem contar os exitosos esforços de Edson Claro (in memoriam) a favor da integração dessas duas áreas (Dança-Arte e Educação Física). Nada justifica tamanho disparate, mas conhecemos muito bem a raiz desse ressentimento, compartilhado por inúmeros artistas e educadores brasileiros: a famigerada Lei nº 9.696/98 (BRASIL, 1998) e a arbitrária tentativa do CONFEF de engolir a dança (o ioga e as artes marciais) e normatizá-la sob os auspícios de um paradigma biomédico comumente atrelado ao marketing das empresas de fitness e definido pela tríade *atividade física, saúde e bem-estar*.

Pouco tempo depois da promulgação dessa Lei, o periódico Educação Física, editorado por esse Conselho, publicou o dossiê *Dança: arte e atividade física em harmonia*, tendo artigos claramente tendenciosos (a favor do sistema CONFEF/CREFs), de onde extraímos a seguinte assertiva: “A dança não terá valor se tiver seu objetivo voltado para a arte tão somente e não para o auxílio à aquisição e manutenção da saúde e aptidão social, mental, psíquica e física” (DANÇA... 2002, p. 8, grifo nosso). A passagem, de autoria anônima, é mais uma evidência incontestável da completa ignorância do Conselho – *e não dos profissionais de Educação Física* – em relação ao sentido da dança enquanto linguagem e arte.

Mas, por fim, a quem pertence à dança? De acordo com César Murilo Ribeiro (2005), subsidiado por entusiastas do CONFEF: “A dança pertence à educação física”. Será mesmo? Claro que não. A dança – personificada na figura do mestre de dança – não pertence a ninguém, ela pertence a si mesma. E o que isso significa? Isso significa que a dança é um patrimônio vivo da

humanidade e, assim sendo, não pode ser constrangida por escolas, associações, conselhos, federações, departamentos, faculdades ou institutos. A dança transita por todos esses espaços (e muitos outros), com toda certeza, mas não se acomoda em nenhum deles. E o ensino de dança, nesse contexto, é apenas um ramo da videira.

Em todo o caso, a certificação (diploma) em Dança ou Educação Física, não resguarda a dança de ser ensinada de um modo tecnicista (a denominada *cultura do passo*) e sob parâmetros esportivizados, haja vista a Confederação Nacional de Dança Esportiva (CNDD), associada ao Comitê Olímpico Brasileiro (COB) e as inúmeras mostras competitivas de dança (nacionais e internacionais, de todos os estilos), responsáveis por incitar nos jovens dançarinos – e em seus professores – uma excitação e uma vaidade que não se harmonizam com a função pedagógica e social da arte. Muitos instrutores de Zumba, BodyJam ou FitDance, por exemplo, são artistas da dança, diplomados ou não; o seleto grupo de intérpretes da FitDance que protagoniza os vídeos e eventos produzidos pela empresa – conhecido como Equipe Show – foi estabelecido depois de uma acirrada audição (várias etapas) que pretendeu recrutar *os melhores dançarinos do país*; os criadores do PlayDance, como foi mostrado, também possuem vasta experiência artística, além da graduação em Educação Física (Bernardo) e Dança (Laura).

A entrada dos profissionais da dança no mercado fitness e o seu descompromisso com o ensino dos valores estéticos da arte pode ser um indício da precária condição socioeconômica ocupada pelos mestres e aprendizes desse saber ancestral, que ocupa a segunda posição entre as atividades artístico-culturais mais praticadas no Brasil (IBGE, 2007). Afinal, como viver de dança? Zarattini e suas companheiras deputadas estão tentando estabelecer dispositivos legais trabalhistas para amenizar o problema, o que é louvável, mas é preciso ponderar sobre a fonte daquelas mágoas passadas (*Não são os profissionais da Educação Física!*), dado que: “O ressentimento é sempre ressentimento contra si mesmo” (CAMUS, [1951] 2011, p. 30). Ademais, em uma guerra contra a brutalidade visível (e invisível) que se eleva contra a beleza da dança e da vida, toda adesão é bem-vinda, não é?

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor Ludwig. O fetichismo na música e a regressão da audição. *In*: ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M. **Textos escolhidos**. Trad. Luiz João Baraúna e Wolfgang Leo Maar. 5. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1991, p. 77-105.

A POLÊMICA... do Projeto de Lei 7.370/2002. **Educação Física** (CONFEF), ano V, n. 16, p. 20-22, jun. 2005. Disponível em: https://www.confef.org.br/revistasWeb/n16/13_POLEMICA_PROJETO_7370.pdf. Acesso em: 14 jul. 2024.

BARBOSA, Ana Mae. **A imagem no ensino de arte**: anos oitenta e novos tempos. 9. ed. São Paulo: Perspectiva, 2019.

- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. Trad. Sergio Paulo Rouanet. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BIRMAN, Joel. A physis da saúde coletiva. **Physis**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 7-11, 1991. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/physis/a/fkg3x8mLX3PYrK9BZMpftM/?lang=pt>. Acesso em 14 jul. 2024.
- BOURGEOIS, Louise. **Destrução do Pai/Reconstrução do Pai**. Trad. Alvado Machado e Luis Roberto Mendes Gonçalves. São Paulo: Cosac & Naify, 2000.
- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília: Presidência da República, [2016]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm.PDF. Acesso em: 8 mar. 2024.
- BRASIL. Lei nº 9.696, de 1º de setembro de 1998. Dispõe sobre a regulamentação da Profissão de Educação Física e cria os respectivos Conselho Federal e Conselhos Regionais de Educação Física. **Diário Oficial da União**. Brasília, 2 set. 1998. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9696.htm. Acesso em: 12 fev. 2024.
- BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 7.370, de 21 de novembro de 2002**. Brasília: Câmara dos Deputados, 2002. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=104699&filename=PL%207370/2002. Acesso em: 14 jul. 2024.
- CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Lançamento da Frente Parlamentar em Defesa dos Profissionais da Dança**. YouTube, 5 dez. 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Lm9HA8PDrVU>. Acesso em: 16 jul. 2024.
- CAMBRIDGE DICTIONARY. **Cambridge Dictionary**. Cambridge University Press & Assessment, 2023. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/>. Acesso em 7 dez. 2023.
- CAMUS, Albert. **O homem revoltado**. Trad. Valerie Rumjanek. 9. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2011.
- COELHO FILHO, Carlos Alberto de Andrade. Malhar como metáfora da exercitação física. **Pro-Posições**, Campinas, v. 33, p. 1- 25, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pp/a/Rzt9RY7FjwR9DzRMnfnqcyn/abstract/?lang=pt#>. Acesso em: 12 nov. 2023.
- COOPER, Kenneth. **Aerobics**. New York: M. Evans and Company, 1968.
- COURTINE, Jean-Jacques. Les stakhanovistes du narcissisme. **Communications**, Lyon, n. 56, p. 225-251, 1993. Disponível em: <https://www.persee.fr/collections>. Acesso em: 19 jan. 2024.
- CREF1/RJ. Conselho Regional de Educação Física da 1ª Região. **FitDance é atividade exclusiva do profissional de Educação Física** (comunicado). Rio de Janeiro, 8 abr. 2019. Disponível em: <https://www.cref1.org.br/fit-dance-e-atividade-exclusiva-do-profissional-de-educacao-fisica/>. Acesso em: 13 jan. 2024.
- CREF3/SC. Conselho Regional de Educação Física da 3ª Região). **Nota de Esclarecimento FitDance** (comunicado). Santa Catarina, 7 jun. 2018. Disponível em: <https://crefsc.org.br/nota-de-esclarecimento-fitdance/#:~:text=No%20caso%20do%20Fitdance%2C%20a%20Lei%20n%C2%BA%209.696%2F98>. Acesso em 13 jan. 2024.
- DANÇA... As questões mais polêmicas sobre o assunto são discutidas amplamente em Fóruns e diversos profissionais da área elogiam os Cursos de Instrução. **Educação Física (CONFEF)**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 3-9, mar. 2002. Disponível em: <https://www.confef.org.br/confef/comunicacao/revistaedf/revistaedfpdf/02.pdf>. Acesso em: 13 jul. 2024.
- DELORS, Jacques. **Educação: um tesouro a descobrir**. Trad. José Carlos Eufrazio. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2003.
- DUNCAN, Isadora. **La danse de l'avenir**. Trad. Sonia Schoonejans. Bruxelles: Édition Complexe, 2003.
- FITDANCE. **FitDance**. Página oficial. Salvador, 2023. Disponível em: <https://www.fitdance.com/>. Acesso em: 12 nov. 2023.
- FITDANCE STORE. FitDance Store. Página oficial. Salvador, 2023. Disponível em: <https://store.fitdance.com/>. Acesso em: 17 nov. 2023.

FITDANCE. **Fode bem**. YouTube. 19 ago. 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZxvoEKRoNl8>. Acesso em: 17 fev. 2024.

FITDANCE. **FitDance Dream Kids**. 2019. Disponível em: <https://www.fitdance.com/fitdanceKidsDream>. Acesso em: 21 jul. 2024.

FITDANCE CHANNEL. **Canal oficial**. YouTube. Índia, 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/@FitDanceChannel/>. Acesso em: 06 jan. 2024.

FITDANCE KIDS & TEEN. **Canal oficial**. YouTube. Brasil, 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/@FitDanceKids/>. Acesso em: 06 jan. 2024.

FITDANCE LIFE. **Canal oficial**. YouTube. México, 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/@FitDanceLife>. Acesso em: 06 jan. 2024.

FITDANCE TV. **Canal oficial**. YouTube. Brasil, 2013. Disponível em: www.youtube.com/@FitDanceTV/. Acesso em: 06 jan. 2024.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2021.

FRIEDMAN, Danielle. **Let's Get Physical**: how women discovered exercise and rechapd the world. New York: G.P. Putnam's Sons, 2022.

GOOFY How to dance. Dirigido por Jack Kinney. Produzido por Walt Disney Productions. Estados Unidos, 1953 (6 min.). Disponível em: <https://www.dailymotion.com/video/x1t0tm7>. Acesso em 21 fev. 2024.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. Trad. João Paulo Monteiro. 8. ed. São Paulo: Perspectiva, 2018.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Perfil dos municípios brasileiros – Cultura**. Rio de Janeiro: IBGE, 2007. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/biblioteca/visualizacao/livros/liv36016.pdf>. Acesso em 15 jul. 2024.

JANE Fonda's New Workout. Produced and directed by Sidney Galanty. USA: Karl Home Video & RCD Video Productions, 1985. 1 VHS (90 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gUzPVeAGPuU>. Acesso em: 18 jan. 2024.

JANE Fonda's Workout – The Fun House Funk. Directed by Anita Mann. Produced by Stephen Brown. USA: Warner Bros Domestic Television Distribution, 1990. 1VHS (48 min.). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=tGTb_Ugjfmk. Acesso em 22 jul. 2024.

JURISPRUDÊNCIA STF. Jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça. **Processo AgInt no AREsp 2544694/SP** (Agravado Interno no Agravado em Recurso Especial 2024/0005943-1). Brasília, 24 jun. 2024. Disponível em: <https://scon.stj.jus.br/SCON/pesquisar.jsp?b=ACOR&O=RR&preConsultaPP=000005863/0&thesaurus=JURIDICO&p=true&tp=T>. Acesso em 13 jul. 2024.

JUSBRASIL. Tribunal Regional Federal da 3ª Região. **Agravo de Instrumento** (nº 0017688-91.2016.4.03.0000/SP). São Paulo, 18 out. 2016. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/trf-3/408617481/inteiro-teor-880957062>. Acesso em: 13 jul. 2024.

LES MILLS. **Les Mills International LTD**. Home page. New Zealand, 2023. Disponível em: <https://www.lesmills.com/>. Acesso em: 27 dez. 2023.

LES MILLS. **Official Channel**. YouTube. New Zealand, 2008. Disponível em: www.youtube.com/@lesmills. Acesso em: 19 nov. 2023.

LES MILLS. **What is BodyJam**. YouTube. 16 jun. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eD88kFXMAzM>. Acesso em 24 out. 2023.

LES MILLS. **What is Sh'Bam**. YouTube. 16 jun. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uyW4K9hXSd4>. Acesso em 24 out. 2023.

MARQUES, Isabel Azevedo. **Dançando na escola**. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2012.

MISSETT, Judi Sheppard. **Building a Business with a Beat: Leadership lessons from Jazzercise**. New York: McGraw-Hill Company, 2019.

PLAYDANCE. **Canal Oficial**. YouTube. Brasil, 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/@Playdanceweburn>. Acesso em: 27 nov. 2023.

PLAYDANCE. **PlayDance**. Página Inicial. Porto Alegre, 2023. Disponível em: <https://playdance.com.br/>. Acesso em: 23 fev. 2024.

PROGRAMA VIA LEGAL. Professora de zumba pode dar aulas mesmo sem ter diploma de Educação Física. YouTube. 16 ago. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xpeBsVi6LFw>. Acesso em: 20 jul. 2024.

RIBEIRO, César Murilo. Dança pertence à educação física [entrevista com Lais Helena Pinheiro Lima e Silva]. Portal Itu, 22 fev. 2005. Disponível em: <https://www.itu.com.br/artigo/dan231a-pertence-224-educa231227o-f237sica-20100202>. Acesso em: 17 jul. 2024.

RITBOX. **RitBox em Casa**. Página inicial. Brasil, 2024. Disponível em: <https://ritboxemcasa.com.br/>. Acesso em 01 fev. 2024.

RITBOX TV. **Canal oficial**. YouTube. Brasil, 2015. Disponível em: www.youtube.com/@RitBoxTV. Acesso em 01 fev. 2024.

SANTORO, Cláudio. O humanismo segundo Santoro [entrevista realizada por Costa Gavras]. **Pau Brasil**, São Paulo, v. 3, n. 14, p. 51-58, set. 1986.

SILVA, Ana Carolina Marques da; GEHRES, Adriana de Farias; CAMINHA, Iraquitan de Oliveira. A dança como prática corporal nas academias: multiplicidade de sentidos. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Brasília, v. 43, p. 1-8, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbce/a/cdtsmYdVvp36HFZkfD3YPrf/abstract/?lang=pt#>. Acesso em: 24 fev. 2024.

SILVA, André Luiz dos Santos. Imperativos da beleza: corpo feminino, cultura fitness e a nova eugenia. **Caderno Cedes**, Campinas, v. 32, n. 87, p. 211-222, maio/ago. 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccedes/a/9C8grqxPHkMjt6mBZLXZn5s/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 30 dez. 2023.

SILVA RIBEIRO, José da. Antropologia visual, práticas antigas e novas perspectivas de investigação. *Revista de Antropologia*, São Paulo, v. 48, n. 2, p. 613-648, Dez. 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ra/a/MtQwkdZbLPyfSX6dCzMd3wj/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 05 set. 2024.

TOLSTÓI, Leon. **O que é arte?** Trad. Bete Torii. 4. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2019.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Guidelines on physical activity and sedentary behaviour**. Geneva: World Health Organization, 2020. Disponível em: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240015128>. Acesso em: 21 dez. 2023.

ZUMBA FITNESS. **Zumba**. Home page. United States of America, 2023. Disponível em: <https://www.zumba.com/>. Acesso em: 21 dez. 2023.

ZUMBA. **Official Channel**. YouTube. United States of America, 2006. Disponível em: www.youtube.com/@zumba/. Acesso em: 15 jan. 2023.

NOTAS DE AUTOR

AGRADECIMENTOS

Às acadêmicas e *fitdancers* Gabriele Carvalho e Yara Emilly, pela escuta sensível e generosa, e ao coreógrafo Sandro Borelli, pela incrível disponibilidade em dialogar sobre a dança e sobre a brutalidade inerente ao processo civilizatório.

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA - Não se aplica.

FINANCIAMENTO - Não se aplica.

CONSENTIMENTO DE USO DE IMAGEM - Não se aplica.

APROVAÇÃO DE COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA - Não se aplica.

CONFLITO DE INTERESSES

O autor considera não haver conflito de interesses.

LICENÇA DE USO

Os autores cedem à **Motrivivência** - ISSN 2175-8042 os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a [Licença Creative Commons Attribution Non-Comercial ShareAlike](#) (CC BY-NC SA) 4.0 International. Esta licença permite que **terceiros** remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, desde que para fins **não comerciais**, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico desde que adotem a mesma licença, **compartilhar igual**. Os **autores** têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em site pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico, desde que para fins **não comerciais e compartilhar com a mesma licença**.

PUBLISHER

Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Educação Física. LaboMídia - Laboratório e Observatório da Mídia Esportiva. Publicado no [Portal de Periódicos UFSC](#). As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

EDITORES

Mauricio Roberto da Silva, Giovani De Lorenzi Pires, Rogério Santos Pereira.

EDITORA DE SEÇÃO

Luciana Fiamoncini

REVISÃO DO MANUSCRITO E METADADOS

Maria Vitória Duarte

HISTÓRICO

Recebido em: 10.04.2024

Aprovado em: 30.09.2024

