


Hélio Fernando Lôbo Nogueira da Gama
(Organizador)

A SOCIOLOGIA

e as formações sociais 2

Atena
Editora
Ano 2022

An aerial, black and white photograph of a large group of people walking on a checkered floor. The people are scattered across the frame, with a denser cluster in the lower center. The floor consists of large, light-colored squares separated by dark lines.

Hélio Fernando Lôbo Nogueira da Gama
(Organizador)

A SOCIOLOGIA

e as formações sociais 2

 **Atena**
Editora
Ano 2022

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena

Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena

Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
 Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
 Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
 Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
 Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
 Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
 Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
 Prof^ª Dr^ª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
 Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
 Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
 Prof^ª Dr^ª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
 Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
 Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
 Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
 Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
 Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
 Prof^ª Dr^ª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie di Maria Ausiliatrice
 Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
 Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
 Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
 Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
 Prof. Dr. Kápio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
 Prof^ª Dr^ª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
 Prof^ª Dr^ª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
 Prof^ª Dr^ª Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
 Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
 Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
 Prof^ª Dr^ª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
 Prof^ª Dr^ª Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
 Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
 Prof^ª Dr^ª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
 Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
 Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
 Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
 Prof^ª Dr^ª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Prof^ª Dr^ª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
 Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
 Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
 Prof^ª Dr^ª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
 Prof^ª Dr^ª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
 Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
 Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Diagramação: Camila Alves de Cremona
Correção: Yaidy Paola Martinez
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizador: Hélio Fernando Lôbo Nogueira da Gama

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)	
S678	<p>A sociologia e as formações sociais 2 / Organizador Hélio Fernando Lôbo Nogueira da Gama. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-65-258-0829-1 DOI: https://doi.org/10.22533/at.ed.291221412</p> <p>1. Sociologia. I. Gama, Hélio Fernando Lôbo Nogueira da (Organizador). II. Título.</p> <p style="text-align: right;">CDD 301</p>
Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código Penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

A coleção “A Sociologia e as Formações Sociais”, agora em seu segundo volume, justifica-se por esta ciência ter sua origem multidisciplinar, aglutinando o que havia de mais avançado em conhecimento filosófico (a dialética hegeliana alemã), político (o socialismo utópico francês) e científico (a economia política inglesa) do século XIX.

A partir dessa matriz, Karl Marx, vão surgir outras, disciplinares, que postularão um caráter científico positivista normativo, Émile Durkheim, como também, na passagem para o XX, a Sociologia compreensiva de Max Weber.

As teorias sociológicas das formações sociais destes, intitulados os “três porquinhos” da Sociologia, estabelecem fundamentos epistemológicos sólidos para uma ciência que possui o objeto de estudos mais ousado e da mais complexa compreensão do que todas as demais: a sociedade em que vivemos.

O conceito de formação social indica um caminho, ao perceber o ambiente societário como construído em suas múltiplas determinações, um *devoir*. Incita os autores do presente livro a buscar, pelas suas finas lentes de seus olhares plurais, debruçarem-se sobre questões teóricas / empíricas relevantes, a partir de seus campos de saber - no sentido de Pierre Bourdieu - e compreender, contextualizar e interpretar diversos objetos de investigação.

Com êxitos inegáveis de contribuições ao edifício do conhecimento, assumem e fazem usos de postulados sociológicos transversais que são a própria razão da Sociologia enquanto ciência mãe, fundamental, perpassando as ciências aplicadas emprestando os seus paradigmas, e, com isso, dialeticamente, garantido legitimidade e reconhecimento a si e às mesmas.

Sociológica, histórica, econômica e antropologicamente, estrutura social como inerente ao conceito de modo de produção significa uma determinada formação econômico-social, em que se sustenta a tese que o conceito, enquanto modelo abstrato que busca abarcar um determinado bloco histórico, tem o sentido metodológico do tipo ideal weberiano que busca a explicação da realidade pela aproximação à construção teórica empreendida.

A atual formação social vislumbra o fortalecimento dos ditames capitalistas e mercadológicos através da reificação do corpo. A corpolatria é disseminada pelos meios de comunicação e mídias. Mais que [re]pensar as práticas esportivas para o desenvolvimento, é preciso [re]pensar o esporte como elemento de emancipação social dos corpos e dos homens.





Na combinação cidadania, educação e trabalho, a extensão da educação a todos se atrelou mais às necessidades econômicas e exigências do processo produtivo vigente e em evolução do que no processo de correção das desigualdades sociais. Para a educação de seus profissionais inteiramente qualificados, o capital sempre prescindiu do Estado, fornecendo suas próprias

demandas, em face de seu caráter estratégico.

Precisa-se de “Perseus” para cortar a cabeça da Medusa e “despetrificar” o Sertão e o sertanejo, tomando-se as transformações recentes do Sertão do Pajeú como referência socioespacial em se que verifica uma microrregião que se encontra em trânsito da opacidade para a luminosidade geográfica, com espaços técnicos-científicos-informacionais se ampliando.

Boa leitura!

Hélio Fernando Lôbo Nogueira da Gama

CAPÍTULO 1	1
REVITALIZANDO O DEBATE: O CONCEITO DE MODO DE PRODUÇÃO	
Hélio Fernando Lôbo Nogueira da Gama	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.2912214121	
CAPÍTULO 2	14
ESPORTIVIZAÇÃO E A PRODUÇÃO DE (NOVOS) CORPOS NA SOCIEDADE DO SÉCULO XXI	
Fernanda Ramos Parreira	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.2912214122	
CAPÍTULO 3	28
OS COMPROMISSOS DA EDUCAÇÃO CATÓLICA	
Adelcio Machado dos Santos	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.2912214123	
CAPÍTULO 4	41
SERTÃO! ATÉ QUANDO? COMBATENDO O EFEITO MEDUSA	
Ednaldo Emílio Ferraz	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.2912214124	
SOBRE O ORGANIZADOR	55
ÍNDICE REMISSIVO	56

ESPORTIVIZAÇÃO E A PRODUÇÃO DE (NOVOS) CORPOS NA SOCIEDADE DO SÉCULO XXI

Data de aceite: 12/12/2022

Fernanda Ramos Parreira

Docente Adjunta da Faculdade de Educação Física e Dança, da Universidade Federal de Goiás. Doutora em Sociologia (UFG); Mestre em Ciência Política (UFG); Cientista Social (UFG) e Graduada em Educação Física (UEG) <http://lattes.cnpq.br/7773546658792556>

RESUMO: Pensar na [re]produção dos corpos¹ na sociedade atual demanda uma reflexão aportada em autores clássicos da sociologia, como Marx e Weber, visando compreender o papel do esporte, em especial o esporte de rendimento, na conformação não apenas dos corpos daqueles que participam ativamente deste universo. Mas, também, nos corpos dos espectadores deste tipo de esporte. Vale destacar, que o esporte na contemporaneidade é um instrumento eficaz na disseminação de padrões estéticos, de consumo e de ideologias.

PALAVRAS-CHAVE: Corpo, Esporte, Mercadoria, Sociologia Clássica.

SPORTIVIZATION AND THE PRODUCTION OF (NEW) BODIES IN THE SOCIETY OF THE 21ST CENTURY

ABSTRACT: Thinking about [re]production of bodies in today's society demands a reflection based on classical authors of sociology, as Marx and Weber, to understand the role of sport, in particular the performance sport in shaping not only the bodies of those who actively participate in this universe. But also the bodies of the spectators of this kind of sport. It is worth noting that the contemporary sport is an effective tool in the dissemination of esthetics standards, consumption patterns and ideologies.

KEYWORDS: Body, Sport, Merchandise, Classical Sociology.

INTRODUÇÃO

O corpo, elemento inquietante e inquietado, é a “máquina” mais explorada e dominada na sociedade do capital. Logicamente, após a revolução industrial, a sociedade burguesa tratou de criar mecanismos capazes de potencializar a

¹ Compete esclarecer que ao longo do artigo ao mencionarmos o termo “corpo”, este é referenciado com base na perspectiva conceitual de corpo social, e não na concepção biologicista ou biomédica.

força produtiva dos corpos dos operários e extirpar os excessos que pudessem prejudicar a acumulação econômica dos detentores dos meios de produção.

Neste contexto a ginástica legitima-se como uma prática corporal capaz de colaborar a produção de corpos disciplinados, alienados e produtivos. No decurso histórico o corpo é engendrado por uma maquinaria de poder, e dentre os componentes desta máquina de produzir corpos dóceis e disciplinados apontam-se as práticas esportivas (FOUCAULT, 1987).

O corpo humano entra numa maquinaria de poder que o esquadrinha, o desarticula e o recompõe. Uma “anatomia política”, que é também igualmente uma “mecânica do poder”, está nascendo; ela define como se pode ter domínio sobre o corpo dos outros, não simplesmente para que façam o que se quer, mas para que operem como se quer, com as técnicas, segundo a rapidez e a eficácia que se determina. A disciplina fabrica assim corpos submissos e exercitados, corpos “dóceis”. A disciplina aumenta as forças do corpo (em termos econômicos de utilidade) e diminui essas mesmas forças (em termos políticos de obediência) (FOUCAULT, 1987 p. 71).

Recentemente é possível, ainda, reconhecer que as práticas corporais e esportivas não são indissociáveis ao interesse de produção de corpos disciplinados, obedientes e produtivos. Conquanto, na contemporaneidade as práticas esportivas avançam na construção de corpos enquanto mercadorias e/ou bens de consumo.

O corpo que antes era o meio necessário a produção de mercadorias, no contexto atual passa a integrar efetivamente como mais um objeto idolatrado e desejado pela sociedade do capital.

O presente estudo aporta-se na abordagem qualitativa. Flick (2004) menciona que a pesquisa qualitativa torna-se relevante no contexto atual em decorrência da complexidade existente nas relações sociais. Para esse autor:

A mudança social acelerada e a conseqüente diversificação de esferas de vida fazem com que pesquisadores sociais defrontem-se, cada vez mais, com novos contextos e perspectivas sociais; situações tão novas para eles que suas metodologias dedutivas tradicionais – questões e hipóteses de pesquisa derivadas de modelos teóricos e testadas sobre a evidência empírica – fracassam na diferenciação de objetos. Conseqüentemente, a pesquisa é, cada vez mais, obrigada a utilizar estratégias indutivas: em vez de partir de teorias para testá-las, são necessários “conceitos sensibilizantes” para a abordagem de contextos sociais a serem estudados (ibidem, p. 18).

Weber (1999) defende que a ciência social é uma ciência que necessita entender a realidade que permeia determinada sociedade, tanto as conexões presentes nas diversas manifestações culturais e sociais quanto as causas que configuram historicamente essa realidade de uma forma e não de outra. Para isso, este estudo busca construir uma reflexão sobre o a configuração esportiva na sociedade contemporânea pautando-se em autores da sociologia clássica, como Marx (1978; 2007; 2008; 2012) e Weber (1963; 1995; 2001; 2009), bem como autores da sociologia do esporte e do lazer, Elias & Dunning (1985) ;

Dumazedier (1999); Guttman (1978) e da sociologia do corpo, Corbin et. al. (2011); Le Breton (2006); Codo & Senne (2004) e Foucault (1984; 1987).

Utiliza, ainda, de dados visuais/iconográficos, extraídas de blogues, páginas institucionais e rede sociais no intento de corroborar a discussão teórica empreendida acerca da construção de modelos e padrões de corpos através da prática esportiva hegemônica.

CORPO E ESPORTE: ENTRE O SUJEITO E O OBJETO

O esporte através das relações humanas de determinada sociedade toma-se como elemento naturalizado. Conquanto, discorrer sobre o desporto exige que tal construção teórica seja engendrada e contextualizada a história humana e a criação de distintos conceitos, concepções e valores construídos ao longo da história.

No que concerne ao universo esportivo é interessante ressaltar que as modalidades esportivas já eram identificadas na antiguidade, em especial, na sociedade grega e romana. Conquanto, o modelo esportivo constituído na sociedade contemporânea fundam suas bases no modelo esportivo consolidado na sociedade moderna.

Guttman (1978) desenvolve sua tipologia esportiva a partir da sociedade antiga à sociedade moderna, e fica evidenciada a construção de diferentes tipos de esporte conforme as mudanças e transformações da sociedade ao longo da história humana.

O esporte moderno, conforme tipifica Guttman (1978), apresenta características de um mundo descrito por Weber como racional e especializado. Esse tipo de esporte apresenta-se racional; secular; permite a igualdade de chances; promove a especialização das tarefas e papéis; é burocrático; e com foco em mensurar resultados e records.

A racionalização do esporte, em meados do século XIX e início do século XX, conceituado por Elias e Dunning (1985) como desportivização, resume-se como um mecanismo eficaz no processo civilizador da sociedade ocidental moderna, exatamente pelas características apresentadas por Guttman.

A esportivização, considerada como a racionalização² do esporte, também descreve a essência dessa sociedade que se encontra impregnada de racionalização, intelectualização, burocratização e principalmente pelo “desencantamento do mundo”, e essa configuração social banuiu valores supremos e sublimes (WEBER, 2001). O aspecto lúdico das práticas corporais aos poucos foi extinto para dar lugar a regras, a especialização, a periodização do treino e o uso comedido e controlado do corpo.

Corbin; Courtine e Vigarello (2011) acerca da esportivização retomam o início do século XX e destacam que

As práticas físicas desposam as máquinas de sua época neste começo do

² Racionalização, sob o ponto de vista weberiano, remete a ação, ou seja refere-se as ações sociais racionalmente orientadas (WEBER, 1995).

século XX, e os materiais novos também, a passagem da madeira ao aço, por exemplo, que já tinha começado para o esporte no final do século anterior: o recurso aos canos de ferro para a base dos aparelhos de ginástica, ao aço alongado para a elasticidade das barras fixas, ao duralumínio para diminuir o peso dos motores de competição. E isso transforma ainda as motricidades, entregue mais às velocidades, aos impulsos, às agilidades. Coisa que aproxima ainda mais as práticas físicas e modernidade, a convergência exaltada pelo Manifesto Futurista do princípio do século XX, evocando “o borbulhar vertiginoso do mundo”, este universo “plástico, mecânico, esportivo” (ibidem, 2011 p. 207).

O esporte, dentre as demais práticas físicas, é costumeiramente utilizado devido suas características e meios que propiciam a dominação e o controle sobre os corpos individuais que compõem a sociedade moderna. O esporte por meio de suas técnicas e métodos é capaz de legitimar o poder de um grupo social sobre outro.

A dominação, na perspectiva weberiana, está relacionada a “[...] probabilidade de encontrar obediência para ordens específicas (ou todas) dentro de determinado grupo de pessoas” (WEBER, 2009 p. 139). Ademais, a dominação advém da relação de autoridade existente entre aquele que exerce o poder de dominação para com aquele que se submete ao poder de dominação, seja de forma inconsciente ou a partir de pressupostos racionais-legais.

No tocante a dominação, existem três tipos puros de dominação legítima: 1.de caráter racional, 2.tradicional e 3.de cunho carismático. No primeiro caso a dominação se impõe através de mecanismos legais e estruturadas em regras racionalmente estabelecidas(WEBER, 2001; 2009).

O tipo puro de dominação tradicional se fundamenta em costumes e valores enraizados nos homens, que são transmitidos de geração a geração e solidificam-se através de uma validade imemorial e pelo hábito. O terceiro tipo, chamado de carismático, apresenta o poder de dominação a partir de uma figura pessoal que ascende uma devoção e confiança, constrói-se uma relação messiânica e profética entre o indivíduo que exerce o domínio e os dominados (WEBER, 2001; 2009).

No caso do esporte podemos apontar que primeiramente é possível identificar o tipo de dominação racional-legal, uma vez que, através das leis mecânicas/físicas e dos pressupostos biológicos/fisiológicos, os corpos dos sujeitos submetidos a dominação e controle são convencidos a moldar seus corpos conforme os ditames esportivos e sociais.

O corpo se vê aqui, da cabeça aos pés, “tecnicizado”, sempre mais atravessado pelos modelos da sociedade industrial. [S]ubmissão às regras máximas de eficácia biomecânica em primeiro lugar, segundo um cálculo sofisticado de vetores, de forças, de durações, mas também atenção sempre mais viva aos erros e aos imprevistos em seguida, aqueles que a prática lúdica não pode evitar totalmente (CORBIN, COURTINE E VIGARELLO, 2011 p. 209).

Instrumentos de medição do desempenho e de resultados, como exemplo

cronômetro, velocímetro, acelerômetro, espirômetro, dentre tantos outros, são criados buscando racionalizar as práticas corporais e, substancialmente, racionalizar o uso do corpo.

À sociedade industrial o esporte assume uma função complementar a de permitir que a população, em especial operária, ocupem seu tempo fora do trabalho de forma produtiva e sem vícios. Elias & Dunning (1985) compreendem que as sociedades industrializadas dividem seu tempo em dois momentos, o tempo do trabalho e o tempo livre. Substancialmente, não necessariamente o tempo livre corresponde ao tempo destinado ao lazer e/ou atividades prazerosas.

Um dos principais traços fisionômicos das sociedades altamente diferenciadas e abastadas do nosso tempo é o facto de apresentarem uma variedade de atividades de lazer superior a qualquer outra sociedade que se possa imaginar. Muitas dessas ocupações de lazer, entre as quais o desporto nas suas formas de prática ou de espetáculo, são então consideradas como meios de produzir emoções agradáveis e controladas (ELIAS & DUNNING, 1985 p. 73).

Para discriminar os espaços e tempos sociais destinados as atividades de lazer, Elias & Dunning (1985) criam uma tipologia provisória no intento de explicar o tempo livre pautado na polarização convencional do trabalho e lazer, exemplificados no quadro abaixo:

Trabalho doméstico ou privado	Atividades vinculadas ao ambiente familiar-doméstico: Afazeres domésticos, criação dos filhos; e demais atividades de provisão da casa.
Repouso	Refere-se as atividades de reposição das energias físicas e mentais a partir de ações como dormir, sentar, fumar, ou o ato de não fazer nada.
Provimento das necessidades fisio-biológicas	Comer, beber, defecar, procriar.
Sociabilidade	Remete as ações focadas nas relações interpessoais. Muitas vezes está associada ao universo do trabalho como visitar ou sair com colegas; participar de eventos corporativos.
Atividades miméticas ou jogo (Tempo de Lazer)	Atividades de cunho pessoal e desinteressado, capazes de gerar satisfação e divertimento: ir ao teatro ou cinema; assistir espetáculos esportivos; caçar ou pescar; praticar uma atividade/ modalidade esportiva; pintar um quadro; dançar ou assistir televisão.

QUADRO 1 – Atividades de tempo livre: Classificação Provisória.

Fonte: Adaptado pela autora de Elias & Dunning (1985).

Dumazedier (1999) e Codo & Senne (2004) reconhecem o lazer como uma categoria que emerge da urbanização e industrialização durante o século XIX. Ademais, “[é] impossível compreender o lazer sem compreender o trabalho (CODO & SENNE, 2004 p. 36).

Essa incompatibilidade de debater o lazer sem pensar o trabalho ocorre exatamente pela configuração da sociedade moderna. Anteriormente, nas sociedades pré-industriais, havia uma dificuldade em diferenciar o tempo do trabalho, o tempo livre e o tempo de lazer (DUMAZEDIER, 1999). O lazer esportivo, em meio a essa conjuntura social, passa a ser inserido no cotidiano dos trabalhadores como mecanismo de reduzir as tensões, como prática de divertimento controlado e saudável.

A recente atualização da “Carta Internacional da Educação Física, Atividade Física e Esporte” incorpora conceitos que compreendem o esporte e a prática esportiva enquanto direito social. Essa perspectiva social ascende como um movimento contrário a perspectiva hegemônica do esporte [esporte de rendimento/desempenho]. A referida carta recomenda aos organismos nacionais e internacionais que sejam criadas iniciativas promotoras do esporte para o desenvolvimento social e a cultura da paz.

As novas concepções engendradas ao campo esportivo vinculado a ideia de empoderamento e desenvolvimento social, ainda apresentam ações incipientes em relação as ações focadas no esporte de desempenho ou rendimento. Pois, em uma sociedade fundada em princípios capitalistas, o esporte, por sua vez, atua como mecanismo de manutenção do *status quo* e na construção de um ideário mercadológico do corpo, constituindo-o como mercadoria e/ou objeto de desejo.

CORPO, MERCADORIA E SOCIEDADE

Antes de iniciarmos a discussão sobre a relação entre corpo e mercadoria é fundamental retomarmos conceitos marxianos acerca de mercadoria, capitalismo e propriedade privada. Retomar tais conceitos propicia uma reflexão sobre o papel do esporte na contemporaneidade na [re]produção de corpos a partir do paradigma hegemônico esportivo.

Marx (1978) ao iniciar seu argumento sobre a mercadoria discorre de imediato que a riqueza da burguesia está na enorme acumulação de mercadorias. Para além dessa constatação, a teoria marxiana considera a mercadoria a partir de duplo aspecto: o valor-de-uso e o valor-de-troca.

Os valores de uso são imediatamente meios de subsistência. Mas, inversamente, estes meios de subsistência são eles próprios produtos da vida social, resultado de força vital humana gasta, *trabalho objetivado*. Como encarnação do trabalho social, todas as mercadorias são cristalizações da mesma unidade. É preciso considerar agora o caráter determinado desta unidade, isto é, do trabalho que se apresenta no valor de troca (MARX, 1978 p. 136).

Retomando o primeiro ato histórico da humanidade é possível compreender a função da mercadoria na vida humana. A mercadoria nada mais é que um objeto criado/produzido para atender as necessidades humanas, sejam estas de subsistência, de consumo, ou

indiretamente, como meio de produção (MARX, 2012).

Cada coisa útil, como ferro, papel, etc., pode ser considerada sob duplo aspecto, segundo qualidade e quantidade. Cada um desses objetos é um conjunto de muitas propriedades e pode ser útil de diferentes modos. Constituem fatos históricos a descoberta dos diferentes modos, das diversas maneiras de usar as coisas, e a invenção das medidas, socialmente aceitas, para quantificar as coisas úteis (ibidem, p. 57).

No contexto esportivo, através da racionalização do esporte e a construção de métodos e técnicas de mensuração do rendimento e desempenho dos indivíduos, identifica-se essa objetificação dos corpos. Os resultados advindos dessa quantificação esportiva são, assim, divulgados nos meios midiáticos e mercadológicos a fim de captar consumidores e disseminar concepções, valores e ideologias.

Se para Marx (2008) a mercadoria é a materialização do trabalho humano, sendo que este remete a necessidade de produzir bens necessários a sobrevivência humana. Na sociedade capitalista, através do fetichismo, essa lógica se inverte através da “humanização” da mercadoria e objetificação do homem. Desse modo, as práticas esportivas tendem a contribuir, e muito, nesse processo de objetificação do corpo, e conseqüentemente, do homem.

A história circunscreveu, e ainda circunscreve, o corpo conforme os interesses e necessidades sociais. “A genealogia, como análise da providência, está portanto no ponto de articulação do corpo com a história. Ela deve mostrar o corpo inteiramente marcado de história e a história arruinando o corpo” (FOUCAULT, 1984 p. 15).

Le Breton (2006, p.28), seguindo a perspectiva histórica discutida por Marx e Foucault, no que concerne a construção do corpo, menciona que “[o] corpo é uma realidade mutante de uma sociedade para outra: as imagens que o definem e dão sentido à sua extensão invisível, os sistemas de conhecimento que procuram elucidar-lhe a natureza, os ritos e símbolos que o colocam socialmente em cena”.

O corpo, na sociedade capitalista, conforma-se como objeto, mercadoria, e, por vezes um ser estranhado e alienado. Marx (2010) permite tal reflexão ao afirmar que “[o] trabalho não produz apenas mercadorias; ele produz a si mesmo e ao trabalhador como uma mercadoria, e isto na medida em que produz, de fato, mercadorias em geral” (ibidem, p. 80).

Para Marx existem dois aspectos que geram o ato de estranhamento da atividade humana:

1) A relação do trabalhador com o produto do trabalho como objeto estranho e poderoso sobre ele. Esta relação é ao mesmo tempo a relação com o mundo exterior sensível, com os objetos da natureza como um mundo alheio que se lhe defronta hostilmente. 2) A relação do trabalho com ato da produção no interior do trabalho. Esta relação do trabalhador com sua própria atividade como uma [atividade] estranha não pertencente a ele, a atividade como miséria, a força como impotência, a procriação como castração. A energia

espiritual e física própria do trabalhador, a sua vida pessoal – pois o que é a vida senão atividade – como uma atividade voltada contra ele mesmo, independente dele, não pertencente a ele (ibidem, 2010 p. 83)

O esporte, através do lazer esportivo, como mencionado anteriormente, torna-se um instrumento eficaz na produção de corpos, e claro, na inculcação de modelos de corpos. Em meados do século XX, o modelo de corpo atlético se apresenta a sociedade ocidental. Para Corbin; Courtine e Vigarello (2011 p. 215) “[o] mundo do trabalho e da indústria com seus ritmos acelerados, o ambiente das repartições e dos escritórios com seus códigos de adaptabilidade orientam cada vez mais o tônus e a esbelteza”.

Além do uso do corpo através da venda da força de trabalho aos proprietários dos meios de produção, o corpo através do uso de mercadorias passa a ser também objetificado. Na sociedade atual, não é o “*jeans*” que deve servir o corpo do indivíduo, mas opostamente, é o corpo que deve “caber” no “*jeans*”. Sob esse prospecto o esporte através do *marketing* esportivo tende a influenciar tendências, hábitos, padrões estéticos, morais e comportamentais.

UMA NOVA CONCEPÇÃO DE CORPO NA SOCIEDADE DA OSTENTAÇÃO

A sociedade contemporânea é marcada pelo elevado nível tecnológico, a chamada cultura *high-tech*, e desenvolvimento digital. Em tempos de blogueiras *fitness*, super-atletas, e equipamentos esportivos de última geração, não é difícil perceber que essa sociedade tem construído não apenas modelos de corpos, mas modos de vida.

Le Breton (2006 p. 77) disserta que “[o] corpo também é, preso no espelho do social, objeto concreto de investimento coletivo, suporte de ações e de significações, motivo de reunião e de distinção pelas práticas e discursos que suscita”. Assim, em tempos digitais e de ostentação do consumo, os corpos são engendrados como máquinas reprodutivistas de estilos, de modos, de valores, de costumes e de padrões estéticos. “A aparência corporal responde a uma ação do ator relacionada com o modo de se apresentar e de se representar. Engloba a maneira de se vestir, a maneira de se pentear e ajeitar o rosto, de cuidar do corpo, etc.[...]” (LE BRETON, 2006 p. 77).

Nos últimos anos figuras públicas, comumente chamadas de webcelebridades, têm feito uso de mídias sociais para divulgação de padrões estéticos de corpos alcançados através de treinamento esportivo, utilização de suplementos alimentares e equipamentos e materiais esportivos de última geração. Na Figura 1, extraída de revista feminina eletrônica *VilaMulher*, apresentam-se três blogueiras *fitness* que tem sido elevadas ao grau de referência e modelo de corpo na sociedade brasileira.



Figura 1: Gabriela Pugliesi, Bella Falconi e Carol Buffara. Disponível em: <<http://www.vilamulher.com.br/bem-estar/fitness/6-blogueiras-fitness-para-seguir-no-instagram-680063.html>> acessado em 25 de julho de 2016.

Esses modelos de corpos são [re]produzidos através da profetização de um modelo de corpo amplamente divulgado pelos profetas das redes sociais (*facebook, instagram, snapchat, twitter*, etc.). Retomando o conceito de profeta, pautado na teoria weberiana, é o portador de carisma puramente pessoal que anuncia uma “*doutrina religiosa*” ou um mandamento divino. Neste caso, a “nova religião” apresenta como templos de contemplação e de culto desses corpos-mercadorias, as academias de ginástica, os estádios, os espaços ao ar livre, e inclusive, no mundo virtual, as páginas das *webcelebridades fitness*.

Neste contexto social, o corpo enquanto mercadoria intensifica o processo de reificação, de alienação e o fetichismo na sociedade de ostentação. Fraga (2006 p. 66) descreve que não está distante o “[...] tempo em que essas anatomias emergentes serão patenteadas e expostas como um sofisticado acessório de consumo nas prateleiras dos eventos esportivos mais significativos.

Proni (1998) disserta que o esporte-espetáculo toma-se como um meio eficaz no processo de divulgação e inculcação de padrões estéticos e de consumo na sociedade contemporânea. “O espetáculo, seja ele qual for, é o que predomina desde as primeiras décadas do século XX” (CORBIN, COURTINE E VIGARELLO, 2011 p. 448). As grandes empresas multinacionais vêem o espetáculo esportivo como mecanismo de divulgação não apenas de seus produtos, mas também de suas marcas.



Figura 2: Parceiros dos Jogos Olímpicos Rio 2016. Disponível em: <<http://touchline.digipage.net/olympicreview/issue96/46-1>> acessado em 25 de julho de 2016.

O *marketing* esportivo se configura sob dois tipos, o *marketing* do esporte e o *marketing* através do esporte. A figura 2 permite analisar que diversas marcas não se fundam nos princípios esportivos ou da promoção da saúde, a exemplo *Visa* e *Mcdonalds*. No entanto, participam como membros-parceiros na organização de megaeventos esportivos tendo em vista essa classificação do *marketing* esportivo.

O *marketing* do esporte refere-se a divulgação de mercadorias vinculadas ao esporte, desde vestimentas, equipamentos eletrônicos de mensuração do desempenho, produtos alimentícios para esse fim, conforme apresentado em figura 3 e 4 a seguir:



Figura 3: Campanha publicitária Nike para os Jogos Olímpicos Rio 2016. Disponível em: <http://www.nike.com.br/?utm_source=Brand&utm_medium=VemJuntoSite&utm_campaign=VemJunto&utm_content=NavBar> acessado em 25 de julho de 2016.



Figura 4: Campanha publicitária Adidas para Copa Mundial de Futebol 2014. Disponível em: <<http://www.integratedbrands.org/news/adidas-and-nike-go-head-to-head-at-the-world-cup-with-integrated-campaigns>> acessado em 25 de julho de 2016.

Em ambas campanhas de *marketing* esportivo utilizam atletas convertidos em heróis de uma nação. Para Vigarello (2011) os atletas são heróis dos esportes que jogam com “[...] as grandes fraturas políticas, os totalitarismos, as valorizações obscuras onde propaganda e cinismo podem dar-se as mãos” (ibidem, p. 459).

O *marketing* através do esporte é explorado pelas corporações multinacionais que utilizam a amplitude de alcance dos megaeventos esportivos para “fisgar” um elevado número de consumidores. Empresas internacionais, como o McDonalds, divulgam sua marca e seus produtos em jogos olímpicos desde 1976.



Figura 5: Campanha do COI – Apresentação dos parceiros dos Jogos Olímpicos Rio 2016. Disponível em: <<https://www.olympic.org/rio-2016>> acessado em 25 de julho de 2016.

Importante destacar as contradições existentes no universo do *marketing* esportivo e a relação entre o esporte e empresas que fogem aos discursos proferidos pelo mundo esportivo. A rede de *fast food* McDonalds é alvo de duras críticas no que se refere ao baixo valor nutricional e os riscos à saúde gerados pelo consumo de alimentos produzidos por essa rede alimentícia multinacional. Conquanto, há quarenta anos é parceira na organização dos Jogos Olímpicos Mundiais, mega-evento esportivo gestado pelo Comitê Olímpico Internacional (COI) que através do movimento olímpico define como ações que não coadunam as práticas mercadológicas do McDonalds.

O Movimento Olímpico é definido por inúmeras ações, tais como:

Promoção de competições esportivas por intermédio de instituições esportivas nacionais e internacionais em todo o mundo;

Cooperação entre organizações públicas e privadas para promover o esporte a serviço da humanidade;

Assistência para o desenvolvimento do “Esporte para Todos”;

Crescimento da participação feminina no desporto em todos os níveis e estruturas, como vista a alcançar a equidade entre homens e mulheres;

Oposição a todas as formas de exploração comercial do desporto e dos atletas;

A luta contra o doping;

Promoção da ética esportiva e o *fair play*;

Sensibilização para os problemas ambientais e

Suporte financeiro e educacional aos países em desenvolvimento através do “COI Solidariedade Olímpica” (COI, 2016).

Espectáculos esportivos como os realizados pela Liga Nacional de Futebol Americano (NFL) faturam milhões de dólares, cada segundo de publicidade no intervalo do evento final “*Superbowl*” custa quatrocentos e cinco mil dólares aos anunciantes. Le Breton (2006) disserta que o esporte-espetáculo é um mercado em extenso e intenso crescimento, pois

[...] renova permanentemente as marcas que visam a manutenção e a valorização da aparência sob os auspícios da sedução ou da “comunicação”. Roupas, cosméticos, práticas esportivas, etc., formam uma constelação de produtos desejados destinados a fornecer a “morada” na qual o ator social toma conta do que demonstra dele mesmo como se fosse um cartão de visitas vivo.

Os “novos” corpos [re]produzidos na atual sociedade são constituídos como produtos destinados ao consumo.

Novas perspectivas para o esporte, fundadas em uma visão não-hegemônica e dominante, necessitam ser debatidas e incorporadas na realidade da sociedade ocidental como mecanismo de emancipação e superação do modelo estabelecido pelo sistema capitalista que [re]produz corpos alienados, estranhados e objetificados.

REFLEXÕES FINAIS

O que é um corpo perfeito? Beleza tem padrão? Quem define o que é esteticamente belo ou feio? Todas essas questões permearam a discussão empreendida ao longo de todo esse artigo, e tentou-se respondê-las a partir da reflexão sobre o poder da sociedade capitalista e suas ações racionais na [re]produção dos corpos.

O esporte no decorrer da história foi se moldando e alterando conforme as necessidades humanas e sociais. Conquanto, quem melhor desenvolveu o uso do esporte foi a sociedade burguesa e industrial.

No século XIX o esporte passa a ser utilizado como instrumento capaz de disseminar os ditames e normas de construção de uma sociedade civilizada. Após o processo de urbanização e industrialização da sociedade inglesa, esse passa a atuar no fomento da produtividade do trabalhador, bem como, como mecanismo de controle e disciplina.

Na sociedade atual o que se vislumbra é o fortalecimento dos ditames capitalistas e mercadológicos através da reificação do corpo. A corpolatria, essa “nova religião” apresentada a sociedade ocidental, é disseminada pelos meios de comunicação e mídias.

A era digital apresenta a sociedade um novo produto a ser ostentado e idolatrado: o corpo. Esse corpo ostentado reflete a alienação e objetificação do homem influenciado pela sociedade capitalista, e que se reconhece em um Deus da necessidade prática, o dinheiro, pois esse “[...] humilha todos os deuses do homem e os converte em mercadoria” (MARX, 2005 p. 48).

Mais que [re]pensar as práticas esportivas para o desenvolvimento social, é preciso [re]pensar o esporte como elemento de emancipação social dos corpos e dos homens. É necessário superarmos essa perspectiva esportiva hegemônica que domina e aleija nossos corpos sociais, e para que ocorra essa superação é fundamental que este seja [re]escrito, [re]pensado e [re]criado.

REFERÊNCIAS

CODO, W.; SENNE, W. A (2004). *O que é corpo(latria)*. São Paulo: Brasiliense.

COI (2016). Apresentação da Organização Internacional Olímpica. Disponível em: <<https://www.olympic.org/about-ioc-institution>> Acessado em 30 de julho de 2016.

CORBIN, A.; COURTINE, J.J.; VIGARELLO, G (2011). *História do corpo: As mutações do olhar: O século XX*. Petrópolis: Vozes.

DUMAZEDIER, J (1999). *Sociologia empírica do lazer*. São Paulo: Perspectiva.

ELIAS, N.; DUNNING, E (1985). *A busca da excitação*. Lisboa: DIFEL.

FOUCAULT, M (1984). *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Ed. Graal.

_____ (1987). *Vigiar e Punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes.

FRAGA, A. B (2006). Anatomias Emergentese o Bug Muscular: Pedagogias do corpo no limiar do século XXI. In: SOARES, C (Org.). *Corpo e História*. Campinas: Autores Associados.

GUTTMANN, A (1978). *From ritual to record: the nature of modern sports*. New York: Columbia University.

LE BRETON, D (2006). *A sociologia do corpo*. Petrópolis: Vozes.

MARX, K (1978a) *Manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos*. Coleção Os Pensadores, São Paulo: Abril Cultural.

_____ (1978b). *Para a crítica da economia política*. Coleção Os Pensadores, São Paulo: Abril Cultural.

_____ (2005). *A questão judaica*. São Paulo: Centauro.

_____ (2007). *A ideologia alemã: crítica da mais recente filosofia alemã em seus representantes de Feuerbach, B. Bauer e Stirner, e do socialismo alemão em seus diferentes profetas*. São Paulo: Boitempo.

_____ (2008). *O 18 Brumário de Luís Bonaparte*. São Paulo: Martin Claret.

_____ (2012). *O capital: crítica da economia política: livro I*. 3ª ed., Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

PRONI, M. W (1998). *Marketing e Organização Esportiva: Elementos para uma história recente do esporte-espetáculo*. Conexões: Revista da Faculdade de Educação Física da UNICAMP, Campinas, v.1, n.1, p. 82-94, jul./dez.

VIGARELLO, G (2011). Treinar. In: CORBIN, A.; COURTINE, J.J.; VIGARELLO, G. *História do corpo: As mutações do olhar: O século XX*. Petrópolis: Vozes.

_____ (2011). O espetáculo esportivo das arquibancadas às telas. In: CORBIN, A.; COURTINE, J.J.; VIGARELLO, G. *História do corpo: As mutações do olhar: O século XX*. Petrópolis: Vozes.

WEBER, M (1963). *Ensaio de Sociologia*. Rio de Janeiro: Ed. LTC.

_____ (1995). *Os fundamentos racionais e sociológicos da música*. São Paulo: Ed. USP.

_____ (2001). *Ciência e Política: Duas Vocações*. São Paulo: Ed. Martin Claret.

_____ (2009). *Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. 4.ed. Brasília: Ed. UnB.

UNESCO (2015). *Carta Internacional da Educação Física, Atividade Física e do Esporte*. Paris.

A

Anatomias emergentes 22

B

Barca de São Pedro 28

Bens materiais 4

Bloco histórico 1, 3, 4, 10, 11, 12

C

Cidadania 3

Classes sociais 1, 3, 4

Consumo 10, 14, 15, 19, 21, 22, 25, 45

Corpolatria 26

Corpo social 14

Cultura High-Tech 21

D

Democracia 3

Desenvolvimento social 19, 26

Desigualdades sociais 48

Desportivização 16

Dialética 1, 3, 5, 10, 11, 12

E

Educação 4, 10, 14, 19, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 37, 38, 39, 40, 50, 51, 53, 56

Efeito Medusa 41, 47

Ensino médio 43, 50

Escola católica 28, 32, 33

Esporte 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27

Esportivização 14, 16

Estamentais 7

Estrutura social 1, 3, 4, 11

F

Forças produtivas 4, 5, 8

G

Ginástica 15, 17, 22

I

- Ideologia 4, 5, 6, 10, 12, 27
- Imagens petrificantes 48
- Imutabilidade imagética 48
- Indústria cultural 10
- Infraestrutura econômica 5, 9, 10

L

- Lazer 15, 18, 19, 21, 26

M

- Mercadoria 14, 19, 20, 22, 26
- Mito de imutabilidade e estaticidade 44
- Modo de produção 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12
- Mundo virtual 10, 22

O

- Organizacional e informacional 10

P

- Padrões estéticos 14, 21, 22

R

- Redes sociais 10, 22, 44
- Reificação do corpo 26
- Relações sociais de produção 4
- Retrato social e paisagístico 44

S

- Sertão 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 51, 52, 53, 54
- Sertão do Pajeú 41, 42, 44, 49, 51, 52, 53, 54
- Situação de interioridade 48
- Sociedade da ostentação 21
- Socio-histórico 1, 2, 3, 10, 11
- Superestrutura ideológica 10

T

- Tecidos societários pré-capitalistas 7
- Territórios luminosos 51, 53

Territórios opacos 51, 53

Tipo ideal 10

Transformações 7, 8, 16, 41, 44, 49, 52



A SOCIOLOGIA

e as formações sociais 2

🌐 www.atenaeditora.com.br

✉ contato@atenaeditora.com.br


📷 @atenaeditora


📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br





A SOCIOLOGIA

e as formações sociais 2

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br