

Considerações sobre o uso de conceitos de Bourdieu em estudos quantitativos no campo da comunicação¹

Fernando CURY²

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, SP

RESUMO

Esse artigo aborda as possibilidades de aplicação do enquadramento teórico de Pierre Bourdieu em estudos quantitativos nos campos de comunicação e consumo, com recorte específico em estudos de mecanismo de distinção no esporte. A partir da revisão bibliográfica de seis publicações internacionais, o artigo reflete as possibilidades e contribuições do desenvolvimento de estudos quantitativos orientados a compreender o complexo e multifacetado campo das simbologias sociais no esporte. O modelo de análise foi inspirado na revisão bibliográfica proposta realizada Yales e Gilly em seus estudos sobre a produção do campo acadêmico da propaganda. Como conclusão, ficou evidente o enriquecimento promovido pelos estudos quantitativos e seu desenvolvimento interdisciplinar, especialmente nos campos da sociologia e economia.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; consumo; interfaces comunicacionais; esporte

MOTIVAÇÕES DAS REFLEXÕES DE BOURDIEU, SEU ENQUADRAMENTO TEÓRICO E ESTUDOS QUANTITATIVOS NO ESPORTE

Contextos esportivos são campo fértil para o desenvolvimento de estudos de comunicação e consumo. Espectadores e atletas fazem parte de uma arena comunicacional que permite a descoberta de comportamentos, motivações, sentimentos e os mais diversos códigos sociais nos desdobramentos do esporte.

As reações de um torcedor ao assistir ao seu clube no estádio, o momento de uma tacada de golfe por um atleta amador, a prática de esportes ao ar livre, o comportamento de políticos durante a premiação na final de um grande evento: diferentes situações e narrativas que se apresentam como pequenos recortes dos complexos e multifacetados

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte), XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM ESPM) fcury87@hotmail.com

contextos sociais. O esporte, à luz do campo comunicacional, transmite mensagens que forjam pensamentos e simbologias.

Um dos principais pensadores do esporte como campo de estudos sociais foi Pierre Bourdieu, que em “Como é possível ser esportivo” (1978), apresentou reflexões acerca das distinções buscadas em situações de consumo e prática esportivas. Já diante de um contexto de espetacularização no qual “tudo parece indicar que tanto em matéria de esporte quanto em matéria de música, a extensão do público para além do círculo de amadores contribui para reforçar o reino dos profissionais puros”, (Bourdieu, 1978, p.10) seu enquadramento teórico e metodologia de levantamento e análise de dados tem sido fonte de inspiração para muitos pesquisadores das ciências sociais, tanto em estudos quantitativos quanto qualitativos.

Em buscas por desdobramentos acadêmicos em artigos sobre consumo, esporte e mecanismos de distinção publicados no Brasil e em língua inglesa, pôde-se perceber, de forma empírica, uma aderência maior dos estudos qualitativos com publicações nacionais, enquanto publicações na língua inglesa apareceram com maior frequência utilizando metodologia quantitativa. Foi diante dessa inquietação que este artigo foi desenvolvido, na expectativa de compreender as possibilidades e modelos de desenvolvimento de pesquisas quantitativas que utilizam o referencial teórico e metodologias bourdianas e que possam ser uma etapa na construção de um projeto de pesquisa mais amplo.

Como referencial paradigmático de pesquisas quantitativas que utilizam o esporte como campo de estudos, o recente estudo econômico publicado pela universidade de Sussex³ concluiu, no levantamento de mais de 32 mil respostas de pessoas que foram assistir a jogos em estádios de futebol, que a relação com o esporte nesse momento faz os fãs se sentirem mais tristes do que felizes e, mesmo diante disso, seguem voltando ao estádio, contrariando premissas básicas da economia e teorias de busca de satisfação.

Podem os estudos quantitativos com referencial teórico de Bourdieu realizar afirmações e reflexões para os campos da comunicação e do consumo como o estudo da universidade britânica o fez para estudos econômicos? Que tipos de contribuição a produção bibliográfica estrangeira com esse recorte de metodologia e teorias trouxe à sociedade e à academia?

³ Matéria original em: <http://www.sussex.ac.uk/broadcast/read/44576>

Para isso, foram selecionados artigos internacionais que fizeram uso da metodologia apontada, utilizando dados coletados de forma primária, com a aplicação *surveys* e secundária, com bancos de dados públicos sobre a prática de esportes. Deve-se destacar a interdisciplinaridade do *corpus* de pesquisa, com tensionamentos teóricos nos campos da comunicação, sociologia, administração e economia. Todos os artigos analisados desenvolveram o trabalho analítico sob as definições de mecanismos de distinção social de Pierre Bourdieu.

DISTINÇÃO: APONTAMENTOS NECESSÁRIOS PARA O CAMPO ESPORTIVO

Para Bourdieu, estilo de vida é “um conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem a lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos” (BOURDIEU, 1976, p.1). Diante dos conceitos de *habitus*, *campus*, e *capital* aplicado às diferentes manifestações sociais, no trabalho, no lazer, na cultura e no esporte, o sociólogo concebeu teorias de maneiras relacionadas às distinções sociais, para assim afirmar que “o que separa as classes populares das outras classes é menos a intenção objetiva de seu estilo que os meios econômicos e culturais que elas podem colocar em ação para realizá-la” (BOURDIEU, 1976, p.19). Em “Gostos de classe e estilos de vida”, são elucidados os tensionamentos entre burguesia e classe operária como fonte para os desenvolvimentos de mecanismos de distinção social:

Não se pode, entretanto, concluir que os trabalhadores colocados no topo da hierarquia operária se confundam com as camadas inferiores da pequena burguesia. Eles se distinguem delas de muitas maneiras e, primeiramente, pelo fato de que se comportam, enquanto trabalhadores manuais, até no uso que fazem de seu tempo livre. (BOURDIEU, 1976, p.23)

É também na ilustração dos tensionamentos operário-burguesia que são identificadas, por exemplo, as diferenças de prática e consumo do esporte entre classes dominante e dominada na qual “operários veem um pouco mais frequentemente as transmissões esportivas ou os espetáculos de circo, enquanto que os quadros médios e os empregados veem muito mais os programas científicos, históricos ou literários”. (BOURDIEU, 1976, p.23).

Nesse contexto, o campo esportivo tem então “como função assegurar a representação e a defesa dos interesses dos praticantes de um esporte determinado” (BOURDIEU, 1983, p.2). Mesmo se declarando como “não sendo historiador de práticas esportivas”, o sociólogo francês é um dos principais pensadores para compreendermos o

esporte como campo de distinções sociais, seja na prática de exercícios ou no consumo midiático relacionadas às diferentes modalidades com atuações de equipes e atletas amadores e profissionais. Suas reflexões e procedimentos metodológicos são fonte fértil para o desenvolvimento de pesquisas para melhor compreender as mecânicas e posições sociais apresentadas em diferentes contextos esportivos. A partir dos conceitos desenvolvidos, é possível compreender as lógicas de construção de interesse em esportes como o tênis, a equitação, o iatismo, o golfe, o futebol ou quaisquer outra modalidade e seus respectivos “lucros de distinção que proporciona” (BOURDIEU, 1983, p.9).

No Brasil, os autores Souza e Junior refletem que “as contribuições de Pierre Bourdieu para o desenvolvimento de um campo científico de pesquisas e estudos voltados para sociologia do esporte são notórias, fundamentais” (SOUZA, JUNIOR, 2005, p.295). Como apontado anteriormente, quando buscados artigos no campo da comunicação que utilizem o enquadramento teórico para compreensão de mecanismos de distinção social no esporte, há uma diferença entre estudos no Brasil e estudos internacionais.⁴ Fora do Brasil parece haver, em uma análise empírica e pontual, um maior o número de estudos fundamentados na teoria desenvolvida por Bourdieu e que utilizam procedimentos de levantamento de informações quantitativos e a utilização de modelos estatísticos para apresentar as relações positivas ou negativas entre capitais simbólicos, classes sociais, e relação com esportes.

REFERENCIAL TEÓRICO DE BOURDIEU E MÉTODOS QUANTITATIVOS NO LEVANTAMENTO INFORMAÇÕES

A partir da contextualização teórica de Bourdieu no desenvolvimento de análises do campo social esportivo e seus ganhos e perdas simbólicas, ressalta-se que os trabalhos de pesquisa com esse referencial observam mais do que a prática ou o consumo esportivo como parte do *habitus* individual, mas principalmente como “lugar de lutas que, entre outras coisas, disputam o monopólio de imposição da definição legítima da prática esportiva e da função legítima da atividade esportiva” (BOURDIEU, 1978, p.7).

Para compreender as possibilidades de aplicação do enquadramento teórico proposto pelo sociólogo, foram analisados 06 artigos internacionais (tabela 1) que utilizaram o

⁴ Pesquisas realizadas no Google Scholar durante o mês de Junho de 2018

levantamento de dados com procedimentos quantitativos e posterior análise qualitativa, com base nos modelos propostos por Bourdieu em “Gostos de classe e estilos de vida”.

Tabela 1 – Corpus de análise

NOME DO ARTIGO:	An Analysis of Major League Baseball Attendance, 1969 - 1987	NOME DO ARTIGO:	DISTINCTION THROUGH SPORT CONSUMPTION Spectators of Soccer, Basketball, and Ski-jumping
NOME DA REVISTA	Journal of Sport and Social Issues	NOME DA REVISTA	INTERNATIONAL REVIEW FOR THE SOCIOLOGY OF SPORT
EDIÇÃO REVISTA	Vol 14, Issue 1,	EDIÇÃO REVISTA	-
PÁGINAS	14-32	PÁGINAS	321-33
AUTOR(ES)	Robert A. Baade and Laura J. Tiehen	AUTOR(ES)	Ingar Mehus
ANO PUBLICAÇÃO	1990	ANO PUBLICAÇÃO	2005
NOME DO ARTIGO:	Regional Differences in the Leisure Physical Activity of Canadians: Testing Some Alternative Interpretations	NOME DO ARTIGO:	Distinction in the stands. An investigation of Bourieu's Habitus, Socioeconomic Status and Sport Spectatorship in Canada
NOME DA REVISTA	SOCIOLOGY OF SPORT JOURNAL	NOME DA REVISTA	INTERNATIONAL REVIEW FOR THE SOCIOLOGY OF SPORT
EDIÇÃO REVISTA	4	EDIÇÃO REVISTA	-
PÁGINAS	363-375	PÁGINAS	245-264
AUTOR(ES)	James E. Curtis; Barry D. McPherson	AUTOR(ES)	Philip White; Brian Wilson
ANO PUBLICAÇÃO	1987	ANO PUBLICAÇÃO	1999
NOME DO ARTIGO:	Factors Affecting Attendance at Professional Sport Events	NOME DO ARTIGO:	THE PARADOX OF SOCIAL CLASS AND SPORTS INVOLVEMENT The Roles of Cultural and Economic Capital
NOME DA REVISTA	Journal of Sport Management	NOME DA REVISTA	INTERNATIONAL REVIEW FOR THE SOCIOLOGY OF SPORT
EDIÇÃO REVISTA	3	EDIÇÃO REVISTA	-
PÁGINAS	15-32	PÁGINAS	mai/16
AUTOR(ES)	Hal Hansen ; Roger Gauthier	AUTOR(ES)	Thomas C. Wilson
ANO PUBLICAÇÃO	1989	ANO PUBLICAÇÃO	2002

O levantamento foi desenvolvido em duas fases. Na primeira fase, os artigos selecionados foram os encontrados com maior número de citações no Google Scholar entre os dias 01/06/2018 e 15/06/2018, buscando pelos termos-chave “Distinction”; “Bourdieu”; “Sports”. Na segunda fase, o repertório foi ampliado de acordo com a relevância e sobreposição às citações nos trabalhos analisados.

Devemos aqui abordar o debate presente nos estudos da comunicação sobre as diferenças entre métodos qualitativos e quantitativos. Nela, temos as observações de Bauer e Gaskel, que resumem o que deve permear a escolha do procedimento metodológico como “a escolha qualitativa ou quantitativa é primariamente uma decisão sobre a geração de dados e os métodos de análise, e só secundariamente uma escolha sobre o delineamento da pesquisa ou de interesses do conhecimento.” (BAUER, GASKELL, 2010, p. 20). Trabalhos que utilizam o enquadramento teórico de Bourdieu podem desenvolver ambos os procedimentos, de acordo com seus objetivos: “A pesquisa quantitativa lida com números, usa modelos estatísticos para explicar os dados. (...) Em contraste, a pesquisa qualitativa evita números, lida com interpretações” (BAUER, GASKELL, 2010, p.22).

O referencial de Bourdieu facilita a realização de procedimentos quantitativos por delimitar com clareza a maneira de relacionar o capital simbólico percebido com as classes sociais. É assim que ele apresenta o objeto de pesquisa relacionado ao esporte como “questões de um sociólogo que encontra entre seus objetos as práticas e os consumos esportivos sob a forma, por exemplo, de quadros estatísticos apresentando a distribuição das práticas esportivas” (BOURDIEU, 1978, p.1).

É preciso pontuar que tanto os estudos e artigos observados nesse trabalho têm, além do levantamento de informações quantitativas – seja por meio de *surveys*, ou por utilização de dados primários de fontes de pesquisa – análises realizadas de forma qualitativa. Assim podemos compreender que ambos os procedimentos têm seus desafios, tanto na coleta quantitativa quanto na análise qualitativa. A junção das duas frentes nos trabalhos com fundamentação teórica a partir de Bourdieu é algo fértil para bons trabalhos de pesquisa realizados com essa aproximação e pode contribuir significativamente para pesquisas nos campos de comunicação e consumo. A aplicação de *surveys* que ilustrem as relações sociais com diferentes capitais simbólicos providos pela prática ou consumo de esporte, seja ele via multimídia ou como espectadores em arenas esportivas, poderá contribuir para o debate sobre consumo, entendendo que consumo “se vincula a um sentido de mediação, sendo reconhecido pelos atores sociais periféricos como uma forma possível de inclusão social” (BACCEGA, 2014, p.7).

Diante da importância social do esporte, que “pode tornar mais facilmente compreensível as noções de diversidade e relação, de alteridade, de relativização, de movimento e de descentralização” (HOFF E GABRIELLI, 2012,p.118), avaliamos aqui a contribuição das pesquisas quantitativas para o estudos em comunicação e consumo. A compreensão de relação de projeções sociais e respectivas manifestações - seja na prática de atividades físicas, na assistência presencial às competições amadoras e profissionais, ou à audiência de programas televisivos sobre esportes - representa um importante campo para o desenvolvimento de entendimentos sociais.

PROCEDIMENTO DE ANÁLISE: ORGANIZAÇÃO DE BIBLIOGRAFIA E EIXOS DE AVALIAÇÃO

Para estruturar a compreensão do corpus de pesquisa definido, foi utilizada como inspiração a metodologia utilizada no artigo “*Trends in Advertising Research: A Longitudinal Analysis of Leading Advertising, Marketing, and Communication Journals*,”

1980 to 2010”, no qual os autores, diante de um corpus formado por 17 jornais científicos relacionados à propaganda e à publicidade, tem como objetivo “esclarecer a direção e a progressão da publicidade como um campo acadêmico, atualizando e estendendo o estudo de Yale e Gilly (1988) sobre as tendências da pesquisa publicitária” (KIM, HAYES, AVANT E REID, 2014, p.296). A escolha dessa referência se deu em função de sua particularidade metodológica, no sentido de organização de análise de uma bibliografia temática específica. Os autores usam como base teórica da metodologia os estudos de Yales e Gillys, focados em tendências nos estudos de propaganda e conceberam nove eixos de avaliação, sendo os tópicos listados em: (a) Presença teórica), (b) Tipos teóricos aplicados (c) áreas e tópicos abordados (d) mídias de interesse do estudo (e) abordagens de pesquisa, (f) metodologia, (g) tipos de efeitos (h) unidades de análise e (i) implicações da pesquisa.

Dessa forma, o corpus de pesquisa foi revisado com base nessa proposta de formato de revisão afim de compreender as contribuições e aplicações para os campos da comunicação e consum

Presença teórica

Nas análises de presença teórica, os estudos de propaganda observados por Yales e Gillys são apresentados como campo que carece de referenciais teóricos históricos e “emprestam pesadamente de disciplinas e campos mais antigos, fazendo que o campo seja variável e com um desenvolvimento teórico distinto” (KIM, HAYES, AVANT E REID, p..298, 2014). Nos estudos analisados nesse artigo, também é possível identificar essa formatação acadêmica, que utiliza conceitos multidisciplinares, especialmente nos campos da sociologia e da economia.

Em “*Distinction through sport consumption. Spectators of soccer, basketball, and ski-jumping*”, Ingar Mehus, que realiza um trabalho que “investiga a relação entre capital cultural e diferentes formas de consumo esportivo de espectadores de três modalidades esportivas.” (MEHUS, p.326, 2005), o pesquisador relaciona seu objeto utilizando o referencial bourdiano e tensionando as teorias com estudos de consumo de mídias sociais e estudos de “mass media”, por parte de autores como Di Maggio, Bankston e Putnam.

Em “Factors Affecting Attendance at Professional Sport Events”, de Hansen e Gauthier, o tensionamento apresentado se dá entre em quatro frentes, considerando teorias econômicas e sociais, como apresentado em: “A literatura pode ser resumida em

quatro categorias gerais de fatores: econômico, sociodemográfico, atratividade do jogo e preferências residuais.”⁵ (HANSEN, GAUTHIER, p. 18, 989)

Tipos teóricos aplicados

Quando refletindo sobre os tipos teóricos aplicados, a proposta de Yalles e Gilys é de compreender a orientação prática ou teórica dos artigos, ou se os procedimentos são aplicados de forma concomitante. A maior parte dos artigos analisados nesse trabalho que utilizam o enquadramento teórico de Bourdieu em procedimentos quantitativos desenvolvem subsídios para elaboração de questionários na coleta de dados.

Em “Distinctions in the stands. An investigation of Bordieu’s Habitus, Socioeconomic Status and Sport Spectatorship in Canada”, por exemplo, Philip White e Brian Wilson apresentam “achados controlados especificamente de uma análise multivariada de espectadores em eventos esportivos profissionais e amadores por medidas de renda familiar e realização educacional são fornecidos.”⁶ (White, Wilson, p.245, 1999)

Áreas e tópicos abordados; unidades de análise e amostragem

Nesse ponto de avaliação bibliográfica, Yalles e Gilys propõe a observação com quais outros tópicos de discussão do campo científico dialogam os trabalhos, e neste caso, observamos quais outras temáticas abordadas para além dos mecanismos de distinção presentes nos estudos do corpus delimitado. Deve-se então buscar quais os tópicos teóricos, conceituais e práticos apresentados nos artigos analisados no corpus desse artigo, observando os diálogos e tensionamentos propostos pelos diferentes autores. As unidades de análise e amostragem decorrentes desses meios de coleta de informação são apresentados por Yalles e Gilys no sentido de que as pesquisas que tenham implicações teóricas e práticas.

Nesse sentido, o trabalho de Carl Stempel, em “Adult participation sports as cultural capital. A test of bourdieu’s theory of the field of sports”, é um exemplo que foge ao padrão do corpus analisado – em que todas as informações são levantadas com aplicação de surveys – e utiliza dados do “Inquérito de Saúde Nacional dos EUA de 1998

⁵ Texto original: “The literature may be summarized under four general categories of factors: economic, sociodemographic, attractiveness of game, and residual preferences”

⁶ Texto original: “Specifically controlled findings from a multivariate analysis of spectatorship at professional and amateur sport events by measures of family income and educational attainment are provided”

(NHIS) sobre frequência e intensidade de participação de adultos americanos em 15 esportes”⁷ (Stempel, 2005) para concluir a relação entre práticas esportivas e seus ganhos simbólicos de capital cultural e mecanismos de distinção social.

Mídias de interesse do estudo

As inovações tecnológicas trouxeram o desenvolvimento de pesquisas que analisaram diferentes meios tecnológicos na propaganda “na medida em que o campo avança em inovações tecnológicas de acordo com as mensagens entregues e metodologias de pesquisa”⁸ (YALLES, GILLY, p.300, 1988). Nos estudos de desdobramento de Bourdieu analisados, o principal método de levantamento de informações realizado é o de aplicação de surveys, por diferentes ferramentais. Em Mehus, as análises foram coletadas em pesquisas em arenas esportivas, com “três eventos esportivos diferentes, incluindo futebol profissional masculino (N = 212), salto de esqui (N = 164) e profissional masculino basquete (N = 211).”⁹ (MEHUS, p. 326, 2005). Já no artigo de James Curtis e Barry McPherson que investigaram “a relação entre religião e a extensão da participação no esporte e nas atividades físicas”¹⁰, a *survey* foi aplicada em território nacional canadense com uma amostra de “aproximadamente 22.000 canadense acima de 10 anos de idade”¹¹ (CURTIS, MCPHERSON, p.365 1987).

Hansen e Gauthier, em “Factors Affecting Attendance at Professional Sport Events”, também realizaram a aplicação de surveys, “utilizando uma escala Likert de 5 pontos para descrever a importância relativa de cada fator”¹² para avaliar as diferentes sensibilidades do cidadão norte americano diante da performance esportiva em diferentes ligas (Cricket; futebol americano; hóquei sobre o gelo; basquete e baseball).

⁸ As the field has advanced in technological innovations regarding message delivery and research methodologies”

⁹ Texto original: “three different sport events, including male professional soccer (N = 212), ski-jumping (N = 164), and male professional basketball (N = 211)”

¹⁰ Texto original: “the relationship between region and the extent of participation in sport and physical activities”

¹¹ Texto original: “approximately 22,000 Canadians over 10 years of age”

¹² Texto original: “using a Likert 5-point scale to describe the relative importance of each factor”

CONCLUSÃO

Analisando os estudos com desdobramentos teóricos e metodológicos com base no referencial de Bourdieu, podemos concluir que a aplicação desse modelo enriquece os estudos de comunicação e consumo. Os artigos analisados, todos produzidos em língua inglesa, evidenciam que a metodologia quantitativa aplicada em estudos de mecanismos de distinção podem fornecer informações para ampliar o conhecimento da sociedade por meio da correlação entre seus hábitos de consumo e posições simbólicas. Assim, refletimos a importância de estender essa maneira de levantar informações de maneira mais constante para os estudos de comunicação e consumo em território nacional.

No campo esportivo, o Brasil é um dos principais países do mundo não apenas nas conquistas do futebol masculino profissional, mas também em atividades olímpicas, paraolímpicas e iniciativas participativas e recreativas, o que corrobora a importância de se investigar quantitativamente as relações que cercam o consumo ou prática de diferentes modalidades. Não obstante, estudos quantitativos só podem ser desenvolvidos a partir de consolidadas reflexões teóricas e metodológicas, definindo assim campos de investigação aderentes às preocupações sociais e acadêmicas.

Outro ponto de destaque é a interdisciplinaridade dos estudos analisados, especialmente na relação com o campo da sociologia e da economia. Nas pesquisas por estudos de mecanismos de distinção social, a revista “International review for the sociology of sport” foi o meio que apresentou o maior volume de artigos de grande reputação com o enquadramento teórico buscado.

Com o estudo realizado, compreende-se que há um vasto campo a ser explorado em pesquisas quantitativas em comunicação e consumo no Brasil que utilizem o referencial teórico de Bourdieu e a os conhecimentos de campos de distinção para que se possa compreender de maneira mais profunda a sociedade e seu consumo e prática do esporte-espetáculo.

REFERÊNCIAS

- BAADE, R A.; TIEHEN, L. J. **An Analysis of Major League Baseball Attendance 1969 – 1987** . Journal of Sport and Social Issues. p.14-32, 1990.
- BACCEGA, M. A. **Comunicação e consumo**. In: CITELLI, A. et al. (Orgs.). Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014.
- BAUER, M.; GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som**. Brasília: Editora vozes, 2002.
- BOURDIEU, P. **Como é possível ser esportivo**: Marco Zero. p. 136-153, 1978.
- BOURDIEU, P. **Gostos de classe e estilos de vida** Actes de Ia Recherche en Sciences Sociales, nº 5, p. 18-43. Traduzido por Paula Montero, 1976.
- BROOKES, B. C. **The Foundations of Information Science**. Journal of Information Science, 1980.
- CURTIS, J.; MPCPHERSON **Regional Differences in the Leisure Physical Activity of Canadians: Testing Some Alternative Interpretation**. Sociology of Sport Journal, p. 363-375, 1987.
- HANSEN, H.; GAUTHIER, R. **Factors Affecting Attendance at Professional Sport Events**. Journal of Sport Management. p. 15-32, 1989.
- HOFF, T.; Carrascoza, J. **Consumo e modernização em anúncios auto-referenciais de agências de propaganda no Brasil dos anos 1950**. Revista Galáxia, São Paulo, 2007.
- KIM K.; HAYES, J.; AVANT, A.; REID, L. **Trends in Advertising Research: A Longitudinal Analysis of Leading Advertising, Marketing, and Communication Journals, 1980 to 2010**. Journal of Advertising, p. 296–316, 2014.
- MEHUS, I. **Distinction Through Sport Consumption Spectators of Soccer, Basketball, and Ski-jumping**. International Review for the Sociology of Sports p. 321–333, 2005.
- SOUZA, J.; JUNIOR, W. **Por uma sociologia reflexiva do esporte: considerações teórico-metodológicas a partir da obra de Pierre Bourdieu**. Movimento, São Paulo, 2010.
- TAYLOR, W.J., “Is Marketing a Science? Revisited,” Journal of Marketing, p. 49–53, 1965.
- WHITE, P.; WILSON, B. **Distinctions in the Stands: An Investigation of Bourdieu’s “Habitus”, Socioeconomic Status and Sport Spectatorship in Canada**. International Review for the Sociology of Sports. p. 254–264, 1999.
- WILSON, T.C. **The Paradox of Social Class and Sports Involvement: The Roles of Cultural and Economic Capital**, International Review for the Sociology of Sports p. 5–16, 2002.
- YALE, L.; GILLY, M. C. 1988, **Trends in Advertising Research: A Look at the Content of Marketing-Oriented Journals from 1976 to 1985**. Journal of Advertising. p. 12–22, 1988.