



I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021



CAMPO SOCIAL, FACEBOOK E O LÍDER FOLKMIDIÁTICO: um olhar em Pierre Bourdieu¹

Renan Jorge Souza da Mota²
Adelson da Costa Fernando³

RESUMO

Os avanços da tecnologia trouxeram transformações sociais e culturais e novas formas de se comunicar. A Comunidades Carismáticas Católicas, na cidade de Parintins – Am, com a pandemia provocada pela covid-19 e a percepção da impulsão das redes sociais nesse período foi obrigada a repensar as suas maneiras de comunicação, de evangelismo e disseminação de suas crenças. A Comunidade Carismática Católica Fanuel, interlocutora desta pesquisa, tem se adaptado aos novos tempos, aos novos meios e às novas ferramentas, onde a circulação desterritorializada de seu carisma, nas redes sociais, articula-se com os processos das novas arenas de comunicação, onde se destacam as mídias digitais. É assim que o facebook tem se constituído em um veículo folkmediático, no qual os líderes carismáticos, da referida comunidade, têm se constituído em ativistas folkmediáticos, nesse sentido este artigo aborda este novo campo do ativista folkmediático como o campo de relações sócias específico visto pelo teórico Pierre Bourdieu e que determina, massifica e legitima o trânsito comunicacional do líder carismático.

PALAVRAS-CHAVE: Carisma; Líder carismático; Comunicação popular; Ativismo folkmediático; Mídias digitais;

¹ Trabalho apresentado no - GT 3 – Folkcomunicação, Cultura popular e desenvolvimento regional do I simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia

² Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Sociedade e Cultura na Amazônia/UFAM e Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pelo Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia /UFAM. (E-mail: renanjorge1771@gmail.com).

³ Sociólogo. Doutor em Sociologia da Religião PUC GO, Professor ICSEZ/UFAM e Diretor Regional Norte da Rede Folkcom (e-mail: acostaf@ufam.edu.br)



I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021



INTRODUÇÃO

O estudo do trânsito do líder carismático no facebook exigiu um diálogo com as noções de campo, em Pierre Bourdieu, e para isso articulou-se um olhar para a plataforma de rede social Facebook e o estudo da noção de campo na obra de Pierre Bourdieu. Refletiu-se acerca da presença, as configurações e o papel desempenhado pelo líder carismático no contexto virtual do facebook, identificando as relações e conflitos por poder a partir de uma comunidade carismática católica.

Neste sentido, apresenta-se o conceito de campo em Pierre Bourdieu a partir de apropriações realizadas em seu pensamento, uma viagem por alguns intérpretes na busca por resultados que levasse a um entendimento ao ponto de fazer essa relação de forma concreta, pois “a teoria geral dos campos, que pouco a pouco, se foi assim elaborando, nada deve, ao contrário do que posso parecer, a transferência mais ou menos pensada, do modo de pensamento econômico, embora, ao reinterpretar numa perspectiva relacional a análise de Weber, que aplicava na religião um certo número de conceitos retirados da economia, (como concorrência, monopólio, oferta, procura, etc.).

A teoria econômica, como se espera poder um dia demonstrar, em vez de ser modelo fundador, deve antes ser pensada como caso particular da teoria dos campos que se constrói pouco a pouco, de generalização em generalização e que, ao mesmo tempo permite compreender a fecundidade e os limites de validades e transferências como as com que Weber opera, e obriga a repensar os pressupostos da teoria econômica à luz sobretudo do conhecimento adquirido a partir da análise dos campos de produção cultural. A teoria geral da economia dos campos permite descrever e definir a forma específica de se revestem, em campo, os mecanismos e os conceitos mais gerais [...]” (BOURDIEU, p. 69).

Só assim, com efeito, mediante uma crítica da visão intencionista das relações entre os agentes religiosos, propostas por Weber, é que implicava uma crítica retrospectiva da minha representação inicial do campo intelectual; ele propunha uma construção do campo religioso como estruturas de relações objetivas que pudesse explicar a forma concreta de interações que Marx Weber descrevia em forma de tipologia realista” (BOURDIEU, p. 70).



1. Conceito de campo em Pierre Bourdieu

A concepção de campo em Pierre Bourdieu se refere a um espaço onde as relações sociais ocorrem, se moldam, se propagam, se fortalecem, onde as conexões com o eu e com o outro se expandem e dá forma ao que antes era abstrato; um espaço que tende a ter suas especificidades onde a atuação do agente denota também de uma maneira específica de comportamento, e por fim é o ambiente onde o capital é cobrado também de forma específica.

Claro que tudo isso vem de uma síntese na qual pretende-se trazer neste texto, de forma a gerar clareza a esse conceito tão complexo de Pierre Bourdieu, porém, que se julga de extrema importância para a compreensão das ações sociais. Antes de mais nada se faz necessário irmos de encontro com a gênese do conceito, onde o autor esmiuçou e discutiu a respeito dos vários tipos existentes de campo.

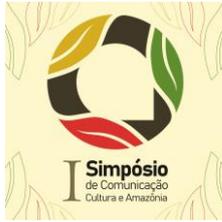
Desta forma, na gênese do conceito de campo, com registros na obra “Poder simbólico”, de Bourdieu e traduzido para língua portuguesa por Fernando Tomaz, podemos perceber que a noção de campo

[...] “serviu primeiro para indicar uma direção a pesquisa, definida negativamente como a recusa a alternativa da interpretação interna e da explicação externa, perante a qual se achavam colocados todas as ciências das obras culturais, ciências religiosas, história da arte, ou história literária: nestas matérias, o formalismo nascido de uma teorização de uma arte que tange a um alto grau de autonomia e um reducionismo empenhado em relacionar diretamente as formas artísticas com formas sociais” (BOURDIEU, p. 64).

Ou seja,

compreender a gênese social de um campo, e aprender aquilo que faz a necessidade específica da crença que o sustenta, no jogo de linguagem que nele se joga, das coisas materiais e simbólicas, em jogo que nele se geram, é explicar, tornar necessário, subtrair ao absurdo do arbitrário e do não-motivado os actos dos produtores e as obras por ele produzidas, e não como geralmente se julga, reduzir ao destruir [...] (BOURDIEU, p. 69).

Como uma espécie de guia para a compreensão das relações sociais do indivíduo a partir do ambiente, do espaço onde esse mesmo indivíduo é formado culturalmente. É importante pensar neste campo como um lugar determinante para o indivíduo, tendo em vista que esse conceito por muitas vezes foi ignorado em outros estudos da sociologia, que tentem a se colocar



I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021



como defensor de somente de uma visão das formas dos estudos sociológicos, “a saber, o fato de ignorarem o campo de produção como espaço social de relações objetivas” (BOURDIEU, p. 64).

Para exemplificar melhor, me refiro aos defensores do ambiente social como único influenciador do indivíduo, ou ao contrário o indivíduo único e somente a causa de suas ações sociais. “Assim, para construir realmente a noção de campo, foi preciso passar para além da primeira tentativa de análise do campo intelectual como universo relativamente autônomo de relações específicas: com efeito, as relações imediatamente visíveis entre os agentes envolvidos da vida intelectual – sobretudo as relações entre autores ou entre autores e editores” (BOURDIEU, p. 65-66).

Um conceito dominante do que diz respeito a estruturas estruturantes de Bourdieu é como o conceito de campo está firme nas relações de dominação dos meios sociais. Neste sentido, segundo Bourdieu (2011),

[...] as diferenças de capitais dos participantes desse espaço criam hierarquizações e tensões constantes entre dominantes e dominados. Os que ocupam as melhores posições são aqueles que possuem mais capitais e, por conseguinte, ditam as regras do campo. Esses capitais não estão, necessariamente, relacionados a questões econômicas. O capital pode ser do tipo simbólico traduzido, por exemplo, em forma de títulos e honrarias reconhecidas pelos demais agentes do campo (BOURDIEU apud SANTOS 2011a, 2011b).

Essa mesma premissa do autor referente ao campo tem como fundamentação o fator dinâmico do campo, onde as ações feitas por vários indivíduos tendem a mudar constantemente, pois segundo Bourdieu (2011) “essa estrutura não é imutável e a topologia que descreve um estado de posições sociais permite fundar uma análise dinâmica da conservação e da transformação da estrutura da distribuição das propriedades ativas e, assim, do espaço social” (BOURDIEU, 2011a, p. 50. grifo do autor):

É isso que acredito expressar quando descrevo o espaço social global como um *campo*, isto é, ao mesmo tempo, como um campo de forças, cuja necessidade se impõe aos agentes que nele se encontram envolvidos, e como um campo de lutas, no interior do qual os agentes se enfrentam, com meios e fins diferenciados conforme sua posição na estrutura do campo de forças, contribuindo assim para a conservação ou transformação de sua estrutura (BOURDIEU apud SANTOS, 2011a, p. 50. Grifo do autor).



O conceito de campo em Bourdieu e suas atribuições para a pesquisa sociológica, trouxe contribuições muito válidas para o presente trabalho que pensa o campo de forma virtual, ou seja, os elementos trazidos no conceito de campo pode muito bem ser observado no campo virtual (ou seja, a rede social facebook) que fornece a essa investigação um arcabouço singular para entender o trânsito do líder folkmediático na sua forma de comunicar e na propagação de formas simbólicas, visão de mundo, crenças, uso e costumes por meio do carisma.

2. O campo social do Facebook e o líder folkmediático: uma visita em Pierre Bourdieu

O facebook pode ser considerado um microcosmo social que goza de certa autonomia, porque encontra-se nele uma lógica própria, leis e regras específicas, mas que é possível ser influenciado e relacionar-se com a sociedade mais ampla. É um espaço virtual, midiático, onde ocorrem lutas, disputas, conflitos para permanecer ou alcançar determinadas posições vistas como lugar de privilégios na visão do público interno e externo da comunidade. Posições como a do líder e dos consagrados da Comunidade Fanuel, a qual estudamos, geram um olhar de grandiosidade e admiração pelos membros postulantes a uma posição de mérito, o que pode ser percebido como um lugar, um título de desejo o qual esses procuram alcançar a todo custo.

Essas posições são obtidas pela disputa de capitais específicos, valorizados de acordo com as características de cada campo. Os capitais são possuídos em maior ou menor grau pelos agentes que compõem os campos, diferenças essas responsáveis pelas posições hierárquicas que tais agentes ocupam (PEREIRA, 2015, p. 350).

Tais hierarquias definem como cada agente se comporta dentro desse espaço, o que movimenta essas trocas de forças e que dá dinamismo para a ação das propostas do líder para os comuns. Essa dinâmica acaba construindo um novo jeito de propagar seus interesses, assim percebemos os conflitos dentro desse espaço como necessário para o impulsionamento de suas atividades enquanto comunidade.

O facebook tem uma dimensão relacional. A dinâmica do facebook produz manifestações que estão em contínua relação e movimento. Na medida em que as pessoas se relacionam nesse ambiente, mesmo de forma organizada, há de supor a existência de confronto, na busca pela consolidação e subversões de posições, luta pela conquista do espaço midiático e



**I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021**



por capitais específicos, o que gera tensão entre os agentes dessa relação na procura intensa pelo poder. Isto porque, segundo Bourdieu, todo campo, e o facebook é um campo, “é um campo de forças e um campo de lutas para conservar ou transformar esse campo de forças” (BOURDIEU, 2004, p. 22-23).

O facebook, ao ser constituído como um veículo folkmediático, é estruturado por agentes, indivíduos que elaboram os espaços e os fazem existir pelas relações que ali estabelecem. É importante destacar que “um dos princípios dos campos, à medida que determina o que os agentes podem ou não fazer (PEREIRA, 2015), é a “estrutura das relações objetivas entre os diferentes agentes” (BOURDIEU, 2004, p. 23). É preciso considerar o lugar que os agentes ocupam na estrutura do facebook para que se possa indicar suas tomadas de posição.

Na dinâmica interna da página no facebook da Comunidade Católica Fanuel ocorrem disputas, dominação e legitimação dos bens construídos ali, mas também pode-se perceber como as relações são definidas e praticadas por esses adeptos da comunidade. Os lugares pré-definidos de cada integrante nesse campo não necessariamente reprime esse agente de determinadas decisões e posturas, dentro desse ambiente, porém, aceitar as regras do campo é fundamental para a aceitação e aprovação nele. Regras como obediência aos líderes, devoção às entidades adotadas pela comunidade, compromisso e maturidade, são elementos cobrados pela Fanuel que caracteriza a aceitação das normas, pela boa vontade em relação à cultura e às regras legitimadas (PEREIRA, 2015).

Há também o tipo de relação que Bourdieu chama de “herética”, onde ocorre a contestação às normas cobradas pela comunidade e posição que o agente ocupa nesse espaço. A cobrança pela posição se constrói pela vontade de poder, de reconhecimento do agente por parte de seus pares. Atitudes híbridas também podem ser observadas na relação dos agentes na comunidade Fanuel, que se mantém obediente, mesmo que discorde de sua posição dentro do campo, reafirmando o domínio do líder.

É importante pensar que existem vários participantes da comunidade que não necessariamente fazem parte por inteiro da dinâmica que constrói o movimento comunitário, mas que vivem nesse campo de forma provisória, como curiosos que não necessariamente estão em concorrência,

de fato, pode-se participar de um universo como praticante amador [...], simples consumidor [...], ou ainda na qualidade de simples participante na



organização material desse universo, sem participar diretamente do jogo que nele se joga” (LAHIRE, 2002, p. 49-50).

Deste modo, de todas as atividades das quais os séquitos participam de modo temporário, não podem ser consideradas “campo”. A teoria dos campos, portanto, consiste em “iluminar os grandes palcos”, mas não para olhar “os que montam esses palcos” (LAHIRE, 2002, p. 50), visto que não contempla os excluídos das atividades profissionais e os participantes daquelas que contam com pouco prestígio.

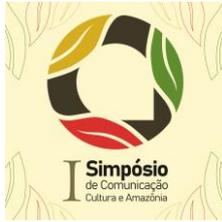
O conceito de campo deve ser utilizado quando nos referimos a "certos espaços de posições sociais" nos quais ocorre produção e consumo de bens. Situando historicamente o conceito, afirma-se que, no interior dos setores e campos da realidade social, os líderes e adeptos do catolicismo carismático passam, então, a lutar pelo controle da produção e, sobretudo, pelo direito de legitimamente classificarem e hierarquizarem os bens produzidos (NOGUEIRA; NOGUEIRA, 2009, p. 31).

Trazendo algumas características dos campos, Nogueira; Nogueira (2009) fala sobre as posições ocupadas pelos seus agentes: de um lado as posições dominantes, que podem ser relacionadas a estratégias conservadoras, e de outro as posições inferiores, responsáveis por estratégias que variam entre a conservação e a contestação. Referem-se também às disputas próprias dos campos, às lutas, às formas dominantes e dominadas da cultura.

Neste sentido, percebemos que nos estudos de Bourdieu, de forma pontual, é possível afirmar que a ligação entre o agente e a construção do ambiente social depende de uma relação entre o campo e o que ele chama de habitus. Na visão de Catani (2004), a reciprocidade entre os conceitos referidos ocorre na tentativa de superar a dicotomia entre objetivismo e subjetivismo: na defesa por uma relação dialética entre indivíduo e estrutura, e na contracorrente das vertentes que privilegiam um ou outro polo

3. A folkmídia, o Campo e sua relação com o habitus e o capital

A relação de campo, habitus e capital é uma relação vista muito em Bourdieu, pois ele compreende esses elementos como uma relação de lutas pelo poder. Além de ser um microcosmo social dotado de leis, formas e cobranças específicas, cada campo tem uma ligação a determinados capitais, na construção do espaço onde esses capitais são movimentados,



I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021



ganham valor e se legitimam. No entanto, dependendo da característica desse campo, outro capital tende a ter maior importância, agregar maior valor.

Nesse sentido, é também dentro do campo que podemos observar o habitus, pois é justamente no campo, com suas formas particulares, que é privilegiado o habitus também de maneira específica. Desta forma, como “estruturas estruturadas que funcionam também como estruturas estruturantes, o habitus pode ser definido como "sistema de disposições duráveis" (PEREIRA, 2015). Nessa noção de estruturas estruturantes podem ser consideradas assim à medida que quem as constrói, praticam e as representam são os agentes; porém, também são estruturadas, pois quem as influenciam, inventam, criam e recriam são novamente esses mesmos agentes, que criam e se apropriam, e ressignificam as regras, as normas, para apresentar para seu público com diferentes usos. Segundo Catani (2004),

pode-se afirmar que o habitus é construído num processo de aprendizado como “produto da relação dos agentes sociais com diversas modalidades de estruturas sociais”. As experiências que constituem os sujeitos são variadas, alcançando especial relevância aquelas apreendidas na família no momento da primeira socialização, assim como as provenientes da incursão no universo escolar.

É importante pensar o habitus como um elemento indispensável na dinâmica construída em um campo, pois, é ele que é responsável pela ação dos agentes nos conflitos existentes ali, disputas que estabelecem confrontos, mas também constrói posições, é que define a forma e os capitais a qual o agente irá se confrontar, se posicionar no campo; [...] o habitus, como indica a palavra, é um conhecimento adquirido e também um haver, um capital (BOURDIEU, 1989, p. 61).

Avançando nos conceitos propostos por Bourdieu, veremos como é importante e fundamental o conceito de capital para uma compreensão mais profunda das noções de campo. Na relação como os campos, o capital ou capitais se relacionam de forma mais ampla na forma de ver a realidade social, pois, Bourdieu percebeu a existência de outros tipos de capitais além do aspecto econômico, antes atribuída por Karl Marx.

Partindo de uma visão com várias formas, Bourdieu parte do conceito de capital social e capital cultural, os que passam heranças culturais às pessoas e esses por sua vez se relacionam por meio dessas heranças em locais específicos para essas práticas. Quando Bourdieu fala de capital cultural ele se refere aos primeiros momentos no ato de se relacionar com o outro,



**I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021**



experiência vivida por toda vida social, porém, que deve ser bem observada em seu processo prático. É só pensarmos em nós mesmos quando falamos ou ouvimos e aproximamos de pessoas desconhecidas, alguém que acabara de conhecer. Essa relação para ocorrer depende muito de fatores que coletamos durante a vida, ou de forma mais objetiva esse contato só é objetivo por essas informações culturais adquiridas, ou seremos meros “estranhos no ninho”. Já o capital social são construções formadas durante uma trajetória que permite dá acesso a algum ou alguns campos da sociedade. Isso tende a proporcionar para a pessoa posições que almeje poder. De acordo com Nogueira; Nogueira (2009),

para referir-se ao “poder advindo da produção, da posse, da apreciação ou do consumo de bens culturais socialmente dominantes, Bourdieu utiliza, por analogia ao capital econômico, o termo capital cultural”. Por meio deste conceito fala sobre “bens” que possuímos, como a capacidade do uso adequado da língua culta, situação que nos traz “uma série de vantagens sociais” e que “funciona como uma moeda (um capital) que propicia [...] uma série de recompensas”.

O líder folkmediático, então, transita e interage entre a cultura de massa e a popular. Deste modo, a palavra folkmídia foi usada na Inglaterra em 1972 e posteriormente em Nova Delhi, dois anos após, mas significava algo como “os meios de comunicação a partir de elementos folclóricos”, muito parecido, portanto, com o termo “Folkcomunicação”.

Quando entendemos a Folkmídia no contexto da Folkcomunicação, entendemos o intercâmbio de informações entre a cultura folk e o mass media, com efeito, estes alimentam-se de informações da cultura folk e a cultura folk alimenta-se de informações do mass media, principalmente no que tange as informações que estejam fora do âmbito regional. Ou seja, são

os estudos dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se socializam e convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada (HOHLFELDT, 2002 apud SCHMIDT, 2008, p.8).

A folkcomunicação é a forma de um povo transmitir sua cultura, seu pensamento, sua maneira de viver. Isso pode acontecer de diversas formas, como por exemplo, através das danças, nos seus rituais religiosos e de passagem, por meio da literatura oral, e muitas vezes



**I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021**



dos versos relatados por conhecidos, parentes, tradição percebida em algumas partes do Brasil, porém com as peculiaridades de cada região devido a colonização de cada cidade.

Os veículos de comunicação popular ou de folkcomunicação, como Melo (1999) preferiu denominar, mesmo primitivos ou artesanais, atuavam como meros retransmissores ou decodificadores de mensagens desencadeadas pela indústria da comunicação de massa: jornais, revistas, rádios, televisão. Mas o líder folkmediático tem grande poder persuasivo, pois os mecanismos utilizados para a expansão da mensagem são conhecidos, ou devem ser conhecidos facilmente pela população. Na verdade,

quando se fala em folkmídia, lembramos diretamente do conceito de folclore - termo pelo qual se origina a palavra Folk. Folclore é a cultura popular, narrada pela tradição (...), qualquer objeto que projete interesse humano, além de sua finalidade imediata, material e lógica, é folclore (CASCUDO, 1998, p. 400).

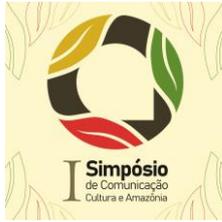
O folclore é a tradição dos nossos avós que é percebido nas expressões da religiosidade, culinária, festejos comemorativos, brincadeiras de roda, cantigas, e tudo aquilo que preserve o modo de ser de um povo. “O folclore deve estudar todas as manifestações tradicionais na vida coletiva” (CASCUDO, 2012).

A Folkmídia é a apropriação dos mass media pela dinâmica da transmissão folclórica, seja ela oral - contos, gestual - autos, escritos - cordéis e folhetos, através de signos que possam transmitir a mensagem desejada - utilizando-se de códigos icônicos, linguísticos ou sonoros, como coloca Umberto Eco (APOCALÍPTICOS e INTEGRADOS, p. 38).

Entendemos a Folkmídia, no contexto da Folkcomunicação, como sendo o intercâmbio de informações entre a cultura folk e os mass media, onde estes se alimentam de informações da cultura folk e a cultura folk alimenta-se de informações dos mass media, principalmente no que diz respeito a informações que estejam fora do âmbito regional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo sendo um estudo preliminar ainda, de formato sintético, este artigo trouxe alguns elementos que podemos refletir a partir das contribuições de Bourdieu. Um olhar folkmediático do facebook a partir do conceito de campo e habitus, em uma plataforma de mídia social capaz de gerar o mesmo impacto social que um lugar físico, com contato.



I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021



A proposta aqui foi perceber o trânsito do líder carismático pela ferramenta do facebook, no qual está envolvido por relações sociais, lutas por poder, e que os conflitos são também assimilados neste campo, são internalizados e planejados para algum propósito. Percebeu-se que os processos religiosos desdobrados pela Comunidade Católica Fanuel são veiculados por tais meios para construir e fortalecer relações (por meio de músicas, oratória, artes digitais), mas que também percebe esse espaço como um meio de autopromoção, de ter suas imagens individuais impulsionadas pelo poder que a plataforma tem. Fotos de momentos de adoração são elementos que enche o ego e fortalece ações dentro da comunidade.

A partir desse olhar, negar a referida rede social, em uma observação do campo em Bourdieu, é negar as formas de conflitos que ocorrem ali dentro, é negar a disputa pelo espaço coletivo e ao mesmo tempo altamente individual dos usuários desta rede.

REFERÊNCIAS

CATANI, Afrânio Mendes, Pierre Bourdieu: **Um estudo da noção de campo e de suas apropriações brasileiras nas produções educacionais**, Actas dos ateliers do Vº Congresso Português de Sociologia Sociedades Contemporâneas: Reflexividade e Acção Atelier: Educação e Apendizagens

BOURDIEU, Pierre. “**Campo intelectual e projeto criador**”. In: POUILLON, Jean (org.) Problemas do estruturalismo. Rio de Janeiro, Zahar, 1968

PEREIRA, Elaine Aparecida Teixeira, **O conceito de campo de Pierre Bourdieu: possibilidade de análise para pesquisas em história da educação brasileira**, Revista Linhas. Florianópolis, v. 16, n. 32, p. 337 – 356, set./dez. 2015.