

**SURFE, "CONTRACULTURA" E LUCROS: AS
ESTRATÉGIAS DA IMPRENSA ESPECIALIZADA
NA FRANÇA**

Christophe Guibert

► **To cite this version:**

Christophe Guibert. SURFE, "CONTRACULTURA" E LUCROS: AS ESTRATÉGIAS DA IMPRENSA ESPECIALIZADA NA FRANÇA. Recorde. Revista de História do Esporte, 2018. halshs-02524786

HAL Id: halshs-02524786

<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02524786>

Submitted on 3 Apr 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

SURFE, “CONTRACULTURA” E LUCROS: AS ESTRATÉGIAS DA IMPRENSA ESPECIALIZADA NA FRANÇA¹

Christophe Guibert²

Resumo: O presente artigo visa expor as representações sociais dominantes, no universo do surfe, e o papel que tiveram – e ainda podem ter – as figuras emblemáticas, produtoras dessas representações, ocupando a direção de publicações especializadas. As visões normativas da imprensa especializada na França são altamente lucrativas no plano econômico. A estrutura desse sub-espço – uniforme, com pouca concorrência, estreitamente ligado ao setor do surfwear e dominado por um jornalista tido como pioneiro – faz com que os surfistas sejam retratados com base em categorias que os consideram como “livres”, “contestadores”, “sem restrições” etc., isto é, inscritos em uma contracultura aparentemente natural.

Palavras-chave: Contracultura; Surfe; Imprensa; Revistas.

Surfing, “counterculture” and profits: the strategies of the French specialised press

Abstract: The current paper aims to present the distribution procedures of the dominating social representations specific to the world of surfing and to the role that used to play – and still do – the emblematical characters who were the producers of these representations, at the head of the specialised media. The normative visions of the journalists of the specialised press in France are strongly profitable on the economic plane. The structure itself of that sub-space – uniform, little competitive, closely linked with the industrial “surf-wear” sector and dominated by an “instigator” journalist – has as an effect the fact that surfers are essentially considering themselves as “free”, “dissenting”, “without restraints”, etc., that is to say members of an apparently natural “counterculture”.

Keywords: Counterculture; Surfing; Press; Magazines.

Surf, “contre-culture” et profits économiques: les stratégies de la presse spécialisée en France

Résumé: Le présent article vise à exposer les modalités de diffusion de représentations sociales dominantes propres à l’univers du surf et au rôle qu’ont pu jouer – et jouent encore – les figures emblématiques, productrices de ces représentations, à la tête des médias spécialisés. Les visions normatives des journalistes de la presse spécialisée en France sont fortement profitables le plan économique. La structure même de ce sous-espço – uniforme, peu concurrentiel,

¹ Tradução inédita em português. Uma versão anterior deste artigo, com título diferente, foi publicada originalmente em francês na *Revue Sciences Sociales et Sport*, n. 4, 2011, p. 11-39, com o título “Surfe e ‘contracultura’: a dimensão simbólica das construções jornalísticas da imprensa especializada na França”. Traduzido com autorização do autor e da *Revue Sciences Sociales et Sport*. Com esta tradução, *Recordé* busca contribuir para a divulgação, em língua portuguesa, de artigos relevantes da produção acadêmica em outros idiomas na área de História do Esporte (Nota do Editor). Tradução: Fernando Vannier dos Santos Borges. Revisão: Rafael Fortes.

² Professor de Sociologia da Université Angers (Angers, França). Doutor em Sociologia. Email: christophe.guibert@univ-angers.fr.

étroitement lié au secteur de l'industrie du *surfwear* et dominé par un journaliste "initiateur" – fait que les surfeurs sont essentialisés à l'appui de catégories visant à les considérer comme "livres", "contestataires", "sans contraintes", etc., c'est-à-dire inscrits dans une "contre-culture" qui semble aller de soi.

Mots clés: Contre-culture; Surf; Presse; Magazine.

Introdução

O surfe e os surfistas são, mais do que em muitas atividades esportivas, sujeitos a múltiplas categorizações (GUIBERT, 2006). Os determinantes que revestem uma prática esportiva com características singulares são construídos ao longo do tempo. As categorias mentais vindas de vários campos (esportivo, midiático, político, acadêmico) foram, no que diz respeito ao surfe, construídas há algumas décadas na França. O desafio aqui é de dar destaque às lógicas que estruturam de forma durável as maneiras dominantes de pensar o surfe e os surfistas.

É principalmente a imprensa especializada, um mercado pouco competitivo e uniforme, onde a revista mensal *Surf Session* ocupa uma posição dominante, assim como o discurso de marketing das empresas de *surfwear*, ambos corroborados por artigos e livros acadêmicos, que posiciona a essência da prática do surfe e os surfistas dentro de uma "contracultura". Esses são explicitamente e quase uniformemente marginalizados e classificados social e esportivamente de desviantes, de "livres" e praticamente sem limitações no que diz respeito às federações. Essas categorias contribuíram para construir, na França, um inconsciente social pouco discutido e, por vezes, muito influente mesmo junto aos surfistas. Elas são de tal modo críveis que as referências objetivas ligadas às épocas em questão podem ser inexistentes, raras e pouco conhecidas por parte do público ou podem ser negadas pelos jornalistas especializados. Os estereótipos são justificados pelos produtores dessas categorias a partir de períodos históricos precisos: em parte, as "origens do surfe" no Havaí e, em outra parte, do surfe nos anos 1970, na França, (período de análise no presente texto) com influência da "geração beat" e da cultura hippie norte-americana. Dito de outra maneira, os jornalistas e redatores chefe de revistas especializadas – veremos que um entre eles, Gibus de Soultrait, dispõe de grande parte dos recursos necessários para fazer o seu ponto de vista se sobrepôr aos demais – definem a história do surfe que se relaciona frequentemente aos códigos de referência de um passado seletivo "mitificado", "maravilhoso" ou ainda "extraordinário", mas também "à margem das normas sociais", "contestador" e "não-conformista". Essas visões normativas das coisas são fortemente lucrativas num plano simbólico para os surfistas que desejem se colar aos estereótipos mencionados, e num plano econômico para a imprensa especializada. Nesse caso, a problemática desse artigo visa a expor os modos de difusão no tempo das representações sociais dominantes

próprias ao universo do surfe e o papel que puderam desempenhar – e que ainda desempenham – as figuras emblemáticas, produtores dessas representações, entre os líderes da mídia especializada.

Principalmente usados, os recursos documentais se revelam ser de uma grande riqueza no estudo das estratégias discursivas dos produtores do campo da imprensa de surfe francesa, de meados dos anos 1980 aos dias de hoje. Um corpus constituído de revistas (*Surf Session*, *Surf Trip*, *Surf Saga*, *Surfer's Journal*) e de obras especializadas compõem os materiais empíricos mobilizados nesse trabalho. As entrevistas feitas com jornalistas e agentes do mundo do surfe contribuem igualmente a alimentar a análise.

1. O estereótipo de “desvio esportivo” e a afirmação de um “estilo de vida” vindo dos anos 1970

Os textos sobre essa época de singularidades sociais e ideológicas muito marcantes vão contribuir para formatar duravelmente as representações individuais e coletivas sobre o surfe e os surfistas. Entretanto, um aviso é feito na primeira obra acadêmica organizada por Jean-Pierre Augustine, *Surf Atlantique, les territoires de l'éphémère* [Surf Atlântico, os territórios do efêmero], em 1994: “O contexto da prática em Aquitaine hoje não é comparável ao movimento dos anos sessenta nos Estados Unidos onde o ‘surfe way of life’ se inseria numa vasta corrente de contestação da sociedade se opondo ao ‘american way of life’”. Os conteúdos das revistas especializadas, as obras sobre o surfe e os trabalhos acadêmicos orientam, contudo, as maneiras de pensar o surfe no sentido inverso. As revistas especializadas não possuem nenhuma prerrogativa sobre as referências históricas, no sentido em que um jornalista de surfe não tem, profissionalmente falando, que produzir e justificar elementos empíricos afim de tornar o seu discurso objetivo. Não é o caso de textos acadêmicos. As indicações de Jean-Claude Passeron (1987), ainda úteis quando se trata de uma “prática nova”, ou as de Bernard Lahire (2007) sobre as “brincadeiras semânticas” não parecem ter efeito ou, mesmo raramente, ser consideradas. Exagerado e mitificado, o período dos anos 1970 constitui, como “o surfe” dos reis havaianos, marcos muito fortes para os produtores franceses.

1.1. A ilusão de um surfe sem fronteiras

As referências culturais e históricas usadas pelos artigos da imprensa americana de surfe são recorrentes nas revistas francesas. Seja em forma de plágio ou de reprodução de artigo inteiros, as revistas estrangeiras são uma fonte não negligenciável para os jornalistas franceses. Guillaume Dufau, um dos redatores da *Surf Session* (nascido em 1974 em Dax, ele integra, depois dos estudos em jornalismo, a equipe da revista *Surf Saga* em 1997 e depois a de *Surf Session*), em um

“número de aniversário” (nº 200, março de 2004), não mascara essas utilizações:

Eu copiei parágrafos inteiros de artigos de Nick Carroll, chupei as introduções de dossiers de Sam George, traduzi sem citar o autor de frases brilhantes de Drew Kampion ou de Matt Warshaw... resumindo, eu pilhei sem vergonha os escritos das autoridades no assunto. Com dificuldades de inspiração, eu retirava regularmente ideias de artigos de números antigos de *Surfer* ou de *Surfing*... [...] Eu ainda sofro de um complexo de inferioridade em relação às revistas norte-americanas e australianas, veneráveis instituições quadragenárias, que inspiram, por vezes, o sentimento desencorajador de já se ter tudo dito, tudo escrito e tudo tratado.³

O mesmo acontece com a revista *Surfer's Journal*, criada em 1994, que é na realidade a tradução da edição americana de mesmo nome, com alguns artigos em francês, redigidos por Gibus de Soultrait. Essa segunda revista oferece assim nem mais nem menos em cada um de seus números que artigos próprios à “cultura de surfe americana”. Mais do que condutas condenáveis no campo da imprensa como as usurpações confessadas pelo redator da *Surf Session*, as consequências residem no fato de que a imprensa mundial especializada no surfe se tornou homogênea por meio da utilização das representações e categorias mentais de jornalistas americanos e australianos, notadamente. As revistas francesas difundem maneiras de pensar o surfe que são muito influenciadas pelos produtores anglo-saxões onde o surfe é, enquanto modalidade esportiva, mais antigo que o surfe francês. Se o surfe, enquanto atividade esportiva, aparece desde o início do século XX nas praias californianas e australianas, é preciso esperar até 1956 para que os primeiros praticantes subam em cima das pranchas em Biarritz. Dessa forma, o período dos anos 1970 na França é, sob a pena dos jornalistas franceses, até os dias de hoje diretamente ligado à “cultura hippie” da costa californiana. De acordo com Gibus de Soultrait, o criador em 1986 de *Surf Session* e redator chefe durante mais de duas décadas, o surfe está sujeito a uma “revolução cultural” na qual ele é ao mesmo tempo motor e consequência.

O pós-guerra teve o efeito, entre outros, de ruptura, notadamente nos Estados Unidos, onde o sentido de praticar o surfe mudou completamente. O slogan da rebeldia da Califórnia dos anos 1960, *working is for people who don't surfe*⁴ [dito de outra maneira, trabalho é para aqueles que não surfam]

³ *Surf Session* nº 200, mars 2004, p. 45.

⁴ Esse slogan remete ao editorial proposto por Gibus de Soultrait na *Surf Session* nº107 de junho 1996. A sequência é no mesmo tom e reafirma a influência dessa categoria ainda nos dias de hoje: “O slogan da rebelião da Califórnia nos anos 1960 deu a volta ao mundo, fortalecendo mentalidades, e, apesar dos anos, ainda tem muito impacto”.

deu a volta ao mundo, fortalecendo as mentalidades e se opondo ao crescimento idealizado dos Trinta Gloriosos.⁵ Após os beach-boys provenientes de classes socioculturais elevadas, o surfe seguiu o movimento contestatário hippie dos anos 1960/70 e o reafirmou, por sua vez”.⁶

Para Gibus de Soultrait, a influência de valores externos (políticos e simbólicos) é primordial para pensar na evolução do surfe. Ele afirma essa autonomia muito relativa do campo do surfe face às lógicas externas não francesas, mas americanas:

Logo depois da guerra, os surfistas que viviam uma paixão pela onda se colocaram na margem de uma sociedade pautada pelo *American Way of Life*. Eles queriam estar à disposição das ondas. Como essas eram imprevisíveis, eles não podiam se conformar à rigidez do “sistema”. Pouco a pouco, eles desenvolveram seu modo de vida, seu setor de produção, sua cultura. No início dos anos 1960, houve um apogeu da juventude: eram as crianças nascidas após o fim da guerra que passaram a adolescência e juventude na despreocupação de uma vida ritmada pela praia. “Os Beach Boys”...⁷ depois a guerra do Vietnã acabou rapidamente com isso. Essa guerra não os dizia respeito e incitou a crítica social deles. E eles se colocaram à margem e o surfe foi um vetor de expressão notório dessa marginalidade voltada, especialmente, a um retorno à natureza (SOUTRAIT, 1998).

Sem fazer uma análise dos termos empregados ou uma análise lexical, podemos ver bem que, sob o modo de afirmação indiscutível, o surfe é construído segundo referências históricas precisas e emblematicamente possantes. Gibus de Soultrait é incontornável para compreender porque, na França, essas formas de apreender o surfe e os surfistas se impuseram. Essas aspirações só podem ser explicadas através das suas relações com a prática deste esporte. Sua posição elevada no espaço da imprensa especializada francesa contribui para construir representações pouco discutidas e mostra como, por conta própria, ele conseguiu marcar de maneira muito preponderante esse esporte e suas representações. Igualmente, o surfe não se vê dentro desse tipo de revista como uma prática unicamente competitiva. Ele é descrito como um sinônimo de “viagem”, de “liberdade”, de “arte”, como se tratasse de algo mais do que um esporte.

⁵ Trinta Gloriosos (*Trente Glorieuses*) é como ficou conhecido na França o período de crescimento econômico do país entre o final da 2ª Guerra Mundial e a crise do petróleo (nota do tradutor – a partir daqui, NT).

⁶ Entrevista feita na sede de *Surf Session* em Biarritz, em 2001.

⁷ Grupo musical originado na Califórnia (EUA) que se tornou uma referência da *surf music* (nota do revisor – a partir daqui, NR).

1.2. “O” surfe dos anos 1970 na França: uma construção jornalística

1.2.1. Uma retrospectiva durável

“O” surfe dos anos 1970 na França é de uma época na qual a tecnologia (fabricação em pequena escala de pranchas, combinações isotérmicas ausentes ou pouco eficazes etc.) não permite o desenvolvimento que vai ocorrer na década seguinte. Esse também é o período de uma Federação pouco dinâmica e pouco estruturada, com poderes de organização muito relativos. Os recursos humanos com formação universitária, muito reduzidos – algumas centenas no início dos anos 1970 –, crescem lentamente e o surfe da federação tem pouco impacto no campo jornalístico. Os arquivos disponíveis na Federação só se iniciam a partir de meados dos anos 1980: não sobra nada ou quase nada de traços escritos sobre o tema do surfe federado anterior a essa época. As afirmações de Alain Gardinier⁸, jornalista na *Surf Session*, confirmam a posição do surfe nessa época: “A mídia não leva o surfe a sério. Na época da organização do primeiro Campeonato Francês, em Lacanau, em 1977, enquanto eu pedia uma cobertura midiática à imprensa regional cotidiana⁹, me foi dito: ‘há um concurso de *pétanque*¹⁰ nesse dia, é mais importante que o campeonato de surfe”¹¹.

Nas revistas especializadas atuais, os anos 1970 são definidos como um período de ruptura ideológica. Houve uma interrupção brutal da institucionalização em nome de uma modalidade muito mais gratificante, de tal forma que mesmo os jornalistas acabaram por participar. É de fato “a ausência de história oficial”, mesmo circunstancial, que está na origem dessa construção jornalística. Um número especial, entre outros, da revista *Surf Session* relembra através de cerca de 30 páginas os “70”.¹² O surfe dos anos 1970 são assim caracterizados pela “contracultura”, “a viagem”, a “liberdade”, a música e até mesmo um aspecto religioso segundo Thierry Organoff, um jornalista na *Surf Session*: “O surfe é frequentemente comparado a uma

⁸ Jornalista de rock e de surfe desde os anos 1980, ele dirige desde 1999 a Zuma Productions, uma produtora de audiovisual especializada em filmes de empresas e filmes de surfe.

⁹ Na França, a imprensa está dividida entre a imprensa de revista (normalmente especializada em certos temas e semanais ou mensais), a imprensa nacional (generalista, na maior parte dos casos) e a imprensa regional cotidiana. Tendo em conta a relevância das regiões na França, esse tipo de imprensa ainda apresenta uma grande força relativa (NT).

¹⁰ Jogo ao ar livre semelhante à bocha.

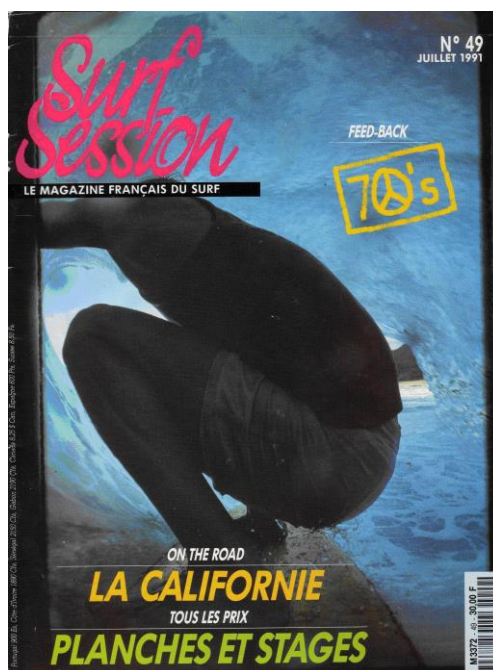
¹¹ GARDINIER, Alain. Le Lacanau Pro au fil du temps. *Surf Session*, n° 1, mars 1986, p. 34.

¹² *Surf Session* n° 49, juillet 1991, p. 45.

religião: entramos no surfe, tal como ingressamos na religião”¹³. O editorial do número 49 da *Surf Session* é revelador da mensagem imposta aos leitores:

Mais do que um retorno ou de um flash-back que romantiza o passado, é preciso, antes, falar sobre um retorno dos anos 1970. Isso quer dizer um retorno simbólico, além de um simples efeito de moda, das imagens dessa época. Os anos 70 eram um contexto geral de utopia, de mudar a vida e de reação contra os abusos externos. Paralelamente ao sistema que seguia o rumo do mercado, surgiu uma marginalidade com uma vitalidade não menos surpreendente. O surfe, tal como a música, se banhava nessa vida marginal. O sonho do surfista era, em vários níveis, o mesmo do perfeito mochileiro da época: partir. Partir para ver outros lugares, para escapar, para procurar a onda perfeita e a natureza, para experimentar uma outra vida distinta daquela traçada nos planos de carreira. Longe de ser isolada, uma iniciativa desse tipo se pretendia coletiva, como se toda uma geração estivesse a passar a mensagem de se encontrar na estrada. E o mais fantástico foi que eles se encontraram. [...] Se desde então, simplesmente, o mundo mudou e as mentalidades evoluíram, é evidente, entretanto, que os anos 70 são ainda uma fonte de vida na qual, pela força das coisas, nós retornamos hoje para impregnar as nossas ideias e questões.

Imagem 1 : Os anos 1970 sempre presentes



¹³ ORGANOFF, Thierry. Surfing Life. *Surf Session*, n° 36, juin 1990, p. 28-32. O autor desse artigo é um dos surfistas membros do clube de Lacanau nos anos 1970. Ele é atualmente fotógrafo na imprensa especializada.

Capa da *Surf Session* n° 49, julho 1991 : “*Feed-back*” sobre os “70” (com o símbolo de “paz e amor”) e o famoso “*On the road*” do escritor americano Jack Kerouac.

1.2.2. A viagem: a essência do surfe?

A “viagem” a regiões exóticas, onde o surfe é um “pretexto”¹⁴, e a “descoberta” de novos *spots* são também constantes nas revistas francesas (*Surf Session*, *Trip Surf*, *Surfer’s Journal*). A viagem se apreende na imprensa especializada como uma aventura na qual o surfista se exclui fisicamente e simbolicamente do mundo com o objetivo de “buscar a onda”, se possível em lugares exóticos. “A viagem e a independência faziam parte da cultura do surfe nos anos 1970. Isso fazia parte de uma cultura um pouco alternativa. [...] Nós rejeitávamos a cultura do Club Med!” indica Gibus de Soultrait. Passados alguns anos, as agências de viagens especializadas propõem estadias no estrangeiro com tudo (transporte, alojamento, material, etc.) organizado de antemão. Para Gibus de Soultrait, trata-se, nem mais nem menos que de uma perversão da própria essência da *surftrip*:

É um resultado um pouco decepcionante. Mas é uma oferta que responde a uma demanda, então... Mas o que eu aponto é que esse tipo de viagem afasta o indivíduo do que é a viagem. A ligação com a imprevisibilidade, com o encontro... na verdade, nós nos entregamos às circunstâncias. Antigamente, e eu digo isso sempre, a gente viajava mais sonhando com o surfe. E os caras, hoje, eles nem sonham mais e só surfam quando viajam.¹⁵

Com um *corpus* de noventa e oito números da revista francesa *Surf Session*, desde a primeira publicação em 1986 aos últimos números de 2003, em cerca de metade “a” viagem ao exterior ocupa um lugar importante. Sessenta e sete capas das noventa e oito, ou seja, 68% do *corpus*, apresentam títulos relativos a reportagens sobre lugares de práticas que convidam à “viagem”. A tendência geral da revista tem sido de um aumento desse tipo de textos, dado que vinte e cinco capas em um *corpus* de vinte e seis, desde o início dos anos 2000, evocam destinos estrangeiros. A narrativa não dissimula em nada esse caráter “nômade” e “instável” dos surfistas e, de fato, uma singularidade recorrente. Os exemplos de surfistas que mitificam a vida de surfistas ao mesmo tempo que dão voltas ao mundo para unicamente surfar são numerosos nas páginas da *Surf Session*. Essa realidade de poucos é universalizada e descrita através do “sonho” e do caráter “excepcional” desse tipo de existência, como ilustra essa passagem:

¹⁴ “O surfe é um pretexto à viagem” [*Le surfe est un prétexte au voyage*] é o título de um subcapítulo do artigo *Surfing life*. *Surf Session*, n° 36, juin 1990, p. 28.

¹⁵ Entrevista feita em abril 2004 em Biarritz, na sede da *Surf Session*.

As ondas no sangue, e o sangue nas manobras. Sammy (47 anos, shaper) nunca esperou que o surfe rendesse dinheiro [...] Sim, a cada vez, ele teve que trabalhar (garçon, carregador de mudanças, “faz tudo” ...) para partir no inverno e ir da Austrália para a Indonésia, ou das ilhas Reunião ao Taiti. [...] Porque no fundo, ele não esconde, mesmo se ele tiver “alcançado com algumas limitações”, o seu “sonho sempre foi fazer nada e surfar”.¹⁶

Paralelamente, uma consequência direta desse tipo de concepção reside na oposição entre um surfe “livre” e a competição.

1.3. Uma dupla oposição estrutural: a “cultura do surfe” versus a economia comercial e a prática competitiva

O conteúdo geral dos artigos não pode mascarar uma contradição clara entre os textos relativos às “viagens” e os que faziam referência ao lado competitivo do surfe. Uma das razões que explica esse contraste é a posse do capital majoritário da revista *Surf Session* por parte do Grupo Sud-Ouest. O Grupo Sud-Ouest é, atualmente, proprietário das revistas mensais *Surf Session*, *Surfer’s Journal*, *Surfeuses* (destinada a audiências femininas), *Surf Trip* ou ainda *Bodyboard Magazine* (especializada, como o nome indica, em bodyboard). No total, cerca de 40 números são editados a cada ano, para um volume de negócios a rondar os quatro milhões de euros. Por volta de 50 jornalistas e correspondentes contribuem para os diferentes títulos. O jornal generalista regional *Sud-Ouest* organiza “eventos esportivos” que trazem efeitos na organização e mediatização do surfe profissional, um nicho livre nos anos 1980. Nos anos 1990, quando a França recebia três etapas do tour profissional mundial, o jornal era responsável pela iniciativa do “Troféu Sud-Ouest” que recompensava o melhor surfista nas competições francesas (US\$ 10 mil ao vencedor), à semelhança da “Triple Crown”, para as etapas do Havai. O jornal *Sud-Ouest* constitui um bom exemplo de coprodução direta de eventos esportivos, atestando o peso estratégico da mídia.

Assim, mais do que uma oposição em termos de tipos de veículos impressos, as formas de tratamento da informação são igualmente diferentes. Estamos aqui confrontados com subespaços da imprensa (cotidiana regional e especializada) com finalidades comerciais comuns, mas com lógicas editoriais diferentes. O tratamento do surfe no jornal *Sud-Ouest* consiste, essencialmente, em propor relatos e resultados das competições destinados a um público leitor bastante amplo. A competição, valorizada pelo *Sud-Ouest*, acabou por se tornar um aspecto importante dentro das redações da *Surf Session*. Podemos ver, portanto, uma valorização do lado competitivo pelo jornal, conteúdo que vai ao encontro da “ideologia” reafirmada a cada número da revista

¹⁶ *Surf Session*, n° 191, juin 2003, p. 101.

pelos redatores da *Surf Session*, nomeadamente as “viagens”, a “pureza não-mercantil” do surfe. Elemento essencial para a “cultura do surfe” definido pela imprensa especializada, a “viagem” contribui para distinguir o surfe. Essas concepções se explicam ao considerar as representações do redator chefe da *Surf Session*, Gibus de Soultrait, a figura incontornável da imprensa especializada na França.

1.4. Intelectualização, nostalgia e “desinteresse burguês”

Gibus de Soultrait tem um importante papel no contexto editorial que faz referência à “viagem”, à “cultura” e à “mentalidade” do surfe nos anos 1970, desde a criação da *Surf Session* e mais ainda no *Surfer’s Journal*. Ele jamais abordou, nessa última, as competições ou a “economia do surfe”. Pela sua trajetória pessoal e sua posição única no espaço do surfe, esse jornalista acabou por influenciar, durante muitos anos, um grande número de leitores. *Surf Session* tinham uma tiragem de 35 mil exemplares, no fim dos anos 1990, para alcançar um universo de leitores de, aproximadamente, 140 mil pessoas, de acordo com uma pesquisa feita pelo Grupo Sud-Ouest. As aspirações de Gibus de Soultrait devem ser explicadas através da análise da sua relação com a prática da modalidade (ele começa a surfar no fim dos anos 1960), constituída desde a sua adolescência sob o efeito de ligações com outros surfistas nos anos 1970. À exceção da lógica comercial, o significado dos seus artigos na *Surf Session* e de suas obras sobre o surfe podem ser compreendidas pela sua trajetória de ligação ao surfe. Isso porque esse jornalista faz referência a um período da história do surfe na França, no qual ele, pessoalmente, viveu, nos anos 1970, uma “experiência particularmente marcante” para ele, de acordo com a expressão de Norbert Elias (1991), que a época anterior, os anos 1960 e os primeiros surfistas, acabou por reprimir. O início do surfe na França, mais precisamente em Biarritz, é promovido por um grupo social de elite, com elevados recursos sociais e culturais. O surfe se institucionalizou com a criação de clubes e a organização de competições em Biarritz a partir do final dos anos 1950. As propriedades sociais dos primeiros surfistas franceses fizeram com que a atividade se desenvolvesse segundo as características de modalidades burguesas: desinteresse, ascetismo, competições “entre pares”, etc. (GUIBERT, 2007). A situação social, o percurso e as ligações de interdependência permitem estabelecer as chaves indispensáveis à compreensão desse “surfista filósofo”. Seu passado, seus gostos literários e sua trajetória em matéria de surfe ilustram as concepções singulares que ele estabelece através de seus múltiplos artigos e obras.

Um “surfista-filósofo”: elementos biográficos

Nascido em 1957, no departamento Pyrénées-Atlantiques – “Eu não sou basco,

mas eu nasci aqui”¹⁷, clarifica ele -, a família de Gibus de Soultrait, oriundas de um meio socialmente e culturalmente sem dificuldades, é original da região parisiense. De uma família aristocrática da Nièvre e de Allier, de onde as pesquisas genealógicas remontam aos meados do século XIV, Gibus de Soultrait é descendente de condes e barões. Ele passa todas as suas férias de versão na casa da família em Guéthary, “L’Ermitage”, e começa a surfar nos anos 1960, com 9 anos de idade. Desde 1965, um tio lhe presenteia com uma assinatura da revista *Surfer Magazine*, uma revista especializada norte-americana. Ele é fortemente influenciado pelo seu irmão que, desde o início dos anos 1970, viaja pelo o mundo para surfar. “Antes mesmo de poder partir, eu estava inebriado pela viagem” confessa na *Surfer’s Journal* (n° 2, 1994). É justamente na sua ligação com a prática do surfe nessa época – “ligação com o oceano”, como gosta de repetir – que se constroem as suas representações e disposições, em parte constitutivas dos seus artigos na revista *Surf Session*. Tendo terminado o ensino médio em 1975, “à risca”, como diz, Gibus de Soultrait não se inscreve na Universidade: “Com os meus amigos, eramos bastante extremados na nossa busca por nos recusar a nos integrar na sociedade. Por exemplo, foi deliberadamente que recusei a continuar os estudos! Mesmo que meus pais quisessem que eu continuasse”. Ele partiu durante dois anos para fazer uma “longa viagem em carona de carro e de barco, através de metade do globo”: “a atmosfera errante dos anos 70 acabou me dominando”. A descoberta de novos spots, notadamente na ilha da Madeira, seu “jardim secreto”, tal como intitulou o artigo em que relatava a sua viagem, cria nele “qualquer coisa de essencial, de iniciático”¹⁸. Somente após o seu retorno que, de maneira autodidata, ele estuda a filosofia e sociologia nas universidades de Nanterre e de Vincennes, depois no Collège de France: “Eu tinha vontade de ser jornalista e de ir para imprensa alternativa”.

É com Pierre-Bernard Gascogne, oceanógrafo, apaixonado pela fotografia de surfe e que conhecia os jornalistas da *Surfer Magazine*, da época, que ele funda a *Surf Session*, em março de 1986, em Biarritz. “O surfe foi sempre um dado importante da minha vida. Enquanto surfista, eu sentia a necessidade de conceitualizar a real dimensão filosófica desse esporte”, afirma ele. O lançamento dessa revista, “era um sonho de adolescente, pois quando tinha 16 ou 17 anos, eu tirava fotos e as tinha enviado para *Surfer Magazine*. A oportunidade apareceu, mas era difícil para mim, porque eu ia receber salário mínimo (SMIC) e eu tinha a minha esposa e filho pequeno...”. Enquanto Pierre-Bernard Gascogne toma conta do lado administrativo da revista, Gibus de Soultrait se encarrega sozinho da redação e pode desenvolver suas concepções sobre o surfe de maneira autônoma. Sua situação no espaço francês do surfe é singular. Ele ocupa uma posição dominante no campo da imprensa especializada de surfe: depois de ter criado *Surf Session*, ele passa a publicar, a partir de 1994, a versão francesa da *Surfer’s Journal*, revista americana emblemática. Essa segunda revista, trimestral, se especializa na “cultura do surfe” notadamente através de relatos históricos. Além das traduções literais de artigos, essa segunda revista é um meio para ele produzir contribuições mais literárias, em relação à história do surfe – anedótico – e os valores aos quais, segundo sua visão, estava atrelado. Ele definiu assim uma trama editorial comum ao conjunto de revistas que se inspiravam largamente na ideologia da revista piloto, *Surf Session*. Criador e gestor do selo editorial “Vent de Terre” (localizado em Guéthary), ele também dirigia a publicação de numerosas obras especializadas no surfe.

Ensaísta e admirador do filósofo Gilles Deleuze com quem estabeleceu contato no início dos anos 1990, ele escreve obras de filosofia do surfe (*L’entente du mouvement* em 1995, *L’homme et la vague* em 1995, *Pour un concept d’intégrité* em 2000) e redige artigos em revistas de ciências humanas. Ele é também autor de vários textos sobre o surfe no jornal *Sud-Ouest*. Dentro desse cotidiano regional, onde ele

¹⁷ Os excertos de falas sem referências bibliográficas são provenientes de entrevistas realizadas em 2001 e 2004, em Biarritz, com o próprio.

¹⁸ SOULTRAIT, Gibus de. Jardin secret. *Surfer’s Journal*, n° 2, automne 1994.

aparece de 1994 a 2005, 50 vezes, segundo os arquivos, regularmente qualificado como o “guru” do surfe, ou dito de outra maneira como líder espiritual desse esporte na França. Sua trajetória e sua posição de “intelectual surfista” – ele ensina a sociologia e história do surfe no mestrado profissional STAPS “esportes de deslizar”, em Bidart – dão forma a um personagem singular no universo do surfe francês. Nostálgico de uma época passada, na qual ele foi um ator privilegiado, ele não pode romper definitivamente com as categorias desse período da sua vida. O surfe é finalmente, segundo sua visão em diversos editoriais da sua revista, “um dos mais belos espetáculos que existe”, que possui “uma dimensão cultural que o distingue de outros esportes” ou ainda que se parece “mais com a arte que com o esporte”.

Gibus de Soultrait coloca em seus editoriais e nos seus múltiplos textos as suas próprias concepções. “Minha trajetória é, portanto, um tanto singular, ligada à viagem e a uma certa dificuldade em me integrar em estruturas estabelecidas” afirma o autor ao propor uma autobiografia sucinta em uma revista de filosofia (SOULTRAIT, 1998). A competição e a racionalização econômica do espaço e da prática do surfe são, por vezes, vistas sob um olhar crítico e Gibus de Soultrait afirma com naturalidade uma certa nostalgia. O número 200 de *Surf Session* é o meio para que ele possa retomar o estado de espírito que ele tinha na época da criação da revista, 18 anos antes: foi a competição, quase que por obrigação, que foi integrada à revista, completando uma “cultura” mais *roots* (isto é, *cool* e “marginal”):

Minha visão do surfe era mais anos 70, já que eu era dessa época e porque eu viajei muito depois que terminei a escola. Mas havia também o Lacanau Pro, depois em 87 o Rip Curl Pro e o Biarritz Surf Masters. Assim, a gente integrou a dimensão da competição, mas de maneira equilibrada, com o lado raiz do surfe, que era o espírito da maior parte dos surfistas da época. Mas para muitos, a competição ainda era uma traição.

A relativização da competição é recorrente nos artigos da *Surf Session* escritos por Gibus de Soultrait: “Eu nunca fui um fã do Lacanau Pro, mas evidentemente eu ia a cada ano porque era preciso cobrir essa competição para a *Surf Session*... mesmo que a gente não goste particularmente que haja um vencedor etc.”, detalha ele. O título evocador do artigo por ele escrito em uma edição da *Surf Session* de 1999, intitulado “A competição mata o surfe?”¹⁹ não esconde a linha editorial geral da revista. O “free surfe” ou surfe “livre” corresponde a uma prática fora do enquadramento das federações, e tem, com frequência, preponderância sobre o surfe de competição, um pouco como se o “verdadeiro surfe” acontecesse às margens das competições, das preocupações econômicas e a mobilização dos corpos para o jogo. Às custas da especialização atlética de que necessita a competição (*a fortiori* profissional), Gibus de Soultrait defende o esteticismo, a intuição, o espírito de “finesse” e um “surfe global”, fatores mais

¹⁹ SOULTRAIT, Gibus. La compétition tue-t-elle le surfe ? *Surf Session*, n° 140, mars 1999, p. 74-78.

próximos do “dom” que do treinamento racional. “Nós organizamos durante dois anos competições de surfe um pouco específicas, fora do circuito. Havia o Troféu Reef Biarritz Surf, em Biarritz”, ele afirma, uma competição na qual o aspecto de grupo e de convivialidade era predominante.

A referência aos anos 1970 responde, em realidade, a uma lógica de reapropriação do passado para alguns jornalistas, assim como a uma lógica comercial e mediática. Na verdade, eles são os grandes responsáveis por essa história, o que garante o status deles planos sociais e simbólicos. Ao mesmo tempo que se tornam “escravos” da sua maneira de ver o surfe, os jornalistas contribuíram para fazer do espaço do surfe dos anos 1970 um argumento de venda. As viagens a destinos exóticos com “imagens” quase universalmente vistas como positivas. O sol, a praia, a natureza, a recusa a competição que mitifica a prática de um “surfe puro” sem dinheiro e sem limitações impostas pelo mundo capitalista fazem do surfe uma prática atraente, desejável e diferente do “esporte tradicional”. Esse trecho extraído do jornal *Le Monde* reforça os mesmos valores:

Podemos imaginar um jogo mais simples, mais natural e mais inocente que esse: o de uma concha com as ondas. Sem necessidade de artifícios, nem trapaças possíveis. A única coisa que conta é a beleza do movimento e o elemento marinho na sua pureza original.²⁰

Os editoriais de Gibus de Soultrait são os meios de “fazer durar” as suas próprias concepções sobre o surfe. Por mais que o essencial de sua competência consista numa percepção de espaço de surfe fundada pela sua própria esperança, mais do que pela objetividade de uma pesquisa histórica ou sociológica, ele está inclinado a tudo trazer ao terreno no qual ele é *expert*. O que está em jogo, por meio de um senso prático particularmente bem ajustado, é fato de conservar o monopólio da construção de uma história do surfe que está longe de ser arbitrária.

2. A imposição da “contracultura”, fiadora de um modo de vida simbolicamente vantajoso

2.1. O surfe não é um esporte...

Dessa “contracultura”, eminentemente simbólica, o fenômeno de “tribalidade” é recorrente dentro das revistas de surfe. Detalhando o início do surfe em Biarritz nos anos 1960, François Lartigau, um surfista local e representante da geração seguinte a dos primeiros surfistas franceses, explicita que “o surfe era ainda jovem e já nascia a

²⁰ Essas ideias foram apresentadas em uma reportagem sobre o Biarritz Surf Master de 1993, uma das etapas dos Circuito Mundial de profissionais. *Le Monde*, 7 septembre 1993.

espectativa de tribo, com a sua linguagem e uma maneira de viver que se demarcava do ordinário”²¹ O peso das palavras – “à margem”, “tribo”, “se demarcava do ordinário”– utilizadas pelos representantes desse período alimentam o senso comum que promulga o surfista como alguém à margem da sociedade, ecologista, um pouco voltado aos prazeres da droga e outros derivados. Na edição nº141 da *Surf Session* de abril de 1999, que apresentava as chamadas de capa “A contracultura em questão” e “Cannabis”, “ondas e cannabis entoam as suas melodias no mesmo comprimento de onda”, Gibus de Soultrait afirmava que “o surfe cultiva frequentemente uma natural tradição da cannabis”. Por fim, ele acreditava que a essência do surfe estava mesmo ligada ao consumo da droga, que ele via como “uma experiência um tanto mística acrescentada à magia de se evadir num tubo”.

Imagem 2 – Um número de *Surf Session* no qual se coloca a questão da “cannabis” e da “contracultura”



Capa, *Surf Session* n. 141, abril 1999.

O processo de formação de uma comunidade de surfistas se efetua, segundo essa imprensa, ao preço “de um respeito mútuo forjado na partilha de sensações, de sessões, de intuições e de experiências oceânicas”²², do respeito às regras de prioridades e da aquisição de um linguagem particular etc. A “tribo” no surfe é uma construção jornalística que permite somar à prática um sentimento de diferença:

²¹ *Surfer's Journal*, n° 2, automne 1994, p. 8.

²² SOULTRAIT, Gibus de. La tribu et les autres, *Surf Session*, n° 157, août 2000.

nem todo mundo que lida com o mar é surfista. O surfe é produto de uma “cultura de resistência”, “reacionária” segundo Gibus de Soultrait, avesso à ordem esportiva dominante, no qual o poder da Federação é notadamente posto em causa, pouco a pouco. A recusa à competição é preponderante para os surfistas que aparentam sobreviver de “pequenos trabalhos” entre as viagens exploratórias em outros países: “Existiam dois barcos por ano com uma escala na África do Sul com partida de Gênova. Foi assim que desembarquei em Durban. Eu reencontrei Dif em Jeffrey’s Bay e fiquei lá vários meses [...] Depois embarquei no segundo barco para a Austrália” explica François Lartigau, em 1994 no *Surfer’s Journal*. O artigo de François Lartigau é um exemplo revelador da recusa ao surfe competitivo. No seu passado de surfista, relatado no artigo, em nenhum momento esse tipo de prática é evocado, mesmo que ele tenha sido campeão francês em 1969 e membro desde o início do Surf Club de France de Biarritz. Seu irmão, Jean-Marie Lartigau, também foi campeão francês três vezes, de 1966 a 1968, mostrando uma hegemonia dos dois irmãos nessa competição em quatro anos consecutivos. Mesmo que a competição nos anos 1960 (entre amadores, pouco mediatizada e local) se diferencie bastante da forma de competição dos dias atuais (profissionais, mediatizadas e internacional), sobre o plano do sentido que é atribuído pelos praticantes, mas também pelos espectadores e a mídia, a competição continua a ser, apesar de tudo, uma competição. Sem dúvida, pelo fato de os primeiros Campeonatos da França serem menos estruturantes e menos rentáveis econômica e simbolicamente para os vencedores que surfistas como François Lartigau não procuram manter esse período, competitivo e original na França, como indispensável.

Essa insubmissão em respeito aos valores tradicionalmente alocados ao esporte (educação, superação de limites, competição, etc.), três décadas mais tarde, contribui para distanciar simbolicamente os surfistas do esporte tradicional. O jornalista e fotógrafo de surfe Thierry Organoff, também antigo competidor em alto rendimento, criador da primeira escola de surfe em 1980 e membro ativo da Federação Francesa de Surf (FFS) desde 1973, colabora para alimentar esse mito: “Hoje que o surfe se tornou essa grande máquina, como se rebelar sem se recusar ao controle do surfe-business sobre o tudo que faz a imagem do surfe, ou sobre a sua própria imagem”²³. Portanto, é no choque de discursos opostos e nos limites das lutas entre os defensores e os contendores que se pratica a modalidade dominante do surfe, sujeita à prática por si só, mas também sujeita à sua história.

2.2. Uma seleção mnemônica dos acontecimentos

Gibus de Soultrait definiu uma coerência do passado do surfe na França apoiada na imprensa americana, mas também a partir de suas

²³ ORGANOFF, Thierry. Rebelles à la française, *Surf Session*, n° 141, avril 1999, p. 62.

próprias recordações. A recordação de experiências individuais resulta em um processo de seleção de eventos singulares. De maneira inquestionável, os eventos escolhidos por Gibus de Soultrait, notadamente, não levam em consideração o desenvolvimento do setor competitivo do surfe nos anos 1970. Os trabalhos de Howard Becker ilustram bem esse processo no qual jornalistas evocam uma história singular, a deles, conscientemente e inconscientemente subjetiva:

A autobiografia se propõe a nos contar sua vida, e a partir desse ponto, se esforça a manter uma coerência entre a história que ele narra e outra história que pode ser contada após uma pesquisa mais objetiva. Contudo, ao lermos a autobiografia, estamos sempre cientes que o autor nos conta apenas uma parte da história, aquela escolhida por ele de modo a nos apresentar a imagem que ele deseja que nós tenhamos, negligenciando elementos que lhe pareçam menores ou desagradáveis, mesmo que de grande interesse para nós” (BECKER, 1986).

As representações de Gibus de Soultrait se inscrevem em linha com as mentalidades próprias aos anos 1970, época muito estruturante das concepções em relação ao surfe. A sua difusão sistemática a cada edição da *Surf Session*, é facilitada na medida em que a maior parte dos leitores, com idades entre 16 e 25 anos²⁴, não vivenciou o mesmo período, tornando menos provável a possibilidade de, a partir de uma vivência pessoal, colocar em perspectiva o conteúdo dos artigos.

A criação continua de clubes de surfe contribui para dar nuance a essas representações espontâneas. Mesmo que a primeira fase de criação de clubes tenha se iniciado nos anos 1960, uma dezena de associações existiram na Aquitânia durante os anos 1970. Igualmente, a organização em Anglet, no local de “La Barre”, dos primeiros campeonatos do mundo, em 1968, possibilitou lutar contra essa homogeneização que atribuía ao surfe da época valores uniformizadores que ocultavam outras formas de prática. Fatos objetivos mostram a viagem e a “contracultura” como elementos mais reservados no espaço do surfe. Mesmo sendo verdade que a viagem e os valores do surfe marcaram o espírito de uma época, os surfistas que realmente partiram para fazer o “seu” tour pelo mundo são uma minoria. Em 1976, foi criada a Associação de Surfistas Profissionais (ASP) por australianos e americanos que desejavam viver de seus resultados esportivos. Ela organiza competições profissionais no circuito mundial. Nessa época, o francês François Franck Gomis, sustentado financeiramente por seu pai que pagava as viagens ao exterior (notadamente o campeonato mundial

²⁴ A cada três ou quatro anos, a redação da revista fazia uma enquete com os seus leitores para saber o perfil dos leitores, dos compradores e o nível de satisfação do público-leitor em relação às seções da revista. Ver tabela a seguir.

na África do Sul em 1978),²⁵ tenta a sua chance mas sem sucesso. Os campeonatos da Europa, criados em 1969 e vencidos em 1975 e 1977 por franceses se desenvolvem em grande escala nos anos 1970 com a chegada de novas nações. Os campeonatos da França passaram a ocorrer a cada ano em clubes diferentes e sob a égide da federação que, apesar de poderes limitados, se estruturou com a multiplicação de clubes e viu seus efetivos aumentarem. Por fim, o campeonato mundial foi organizado em 1980 em Seignosse, no departamento de Landes. A prática do surfe se torna nos anos 1970, cada vez mais, orientada em direção a competição que, por suas exigências, implica uma racionalização atlética e econômica do espaço do surfe.

Apesar da estruturação institucional do surfe e da multiplicação das competições, o espaço do surfe guarda singularidades vindas das seleções e construções jornalísticas. O trabalho de produção da memória do surfe francês pela imprensa especializada é, na realidade, garantido a longo prazo pelo eco alcançado no pensamento coletivo, quer dizer, no dos surfistas. Isso porque os leitores-surfistas, em alguma medida predispostos a receber esse tipo de construções mentais, estão ao alcance da imprensa especializada que continua a propor essas representações. É na realidade mais comercial evocar as singularidades do surfe (raridade, origens nobres e pacíficas, estilos de vida, contracultura...) em relação ao esporte em geral, do que difundir a imagem de um surfe federado, que não consegue se impor no plano mediático e simbólico. Esse mito, construído sobre referências históricas seletivas, não engana Jacques Hèle, antigo surfista (administrador de empresas aposentado), um dos primeiros surfistas das ondas de Lacanau nos anos 1950. Testemunha privilegiada desde essa época de evolução do surfe na França, ele foi propulsor do associativismo no surfe desde 1968 (no seio do Lacanau Surf Club, do qual se tornou presidente em 1982), antigo membro da comissão esportiva da federação, depois vice-presidente nos anos 1980. Evocando os « *hippies* », qualificativo mais apropriado segundo ele dessa construção jornalística, ele afirma:

Os hippies que víamos na Califórnia, nós não os víamos muito em Lacanau, não de todo! A viagem nessa época, isso custava muito caro, e não era qualquer um que podia se permitir dar a volta ao mundo pelo simples prazer e para surfar... Não dá para pensar a sério que todos os surfistas da época na França só queriam saber de viajar e de se drogar.²⁶

O ex-diretor técnico nacional da federação francesa de surfe nos anos 1990, Francis Distinguin (antigo professor de educação física), que viveu menos a época dos anos 1970 que Jacques Hèle, oferece também

²⁵ Campeonato Mundial Amador, organizado pela International Surfing Association (ISA) (NR).

²⁶ Entrevista feita em abril de 2004.

uma visão contrastante sobre os surfistas desse período. Contextualizado o discurso jornalístico dóxico do qual Gibus de Soultrait constitui a referência, ele pensa que “toda uma geração de pessoas teve vontade de ficar colada aos anos 1970. Porque vende mais!” (Entrevista feita na sede da FFS, abril 2004). Suas ideias são claramente manifestadas na edição da revista da federação de abril de 2001, *L’Echo des Baïnes*, que mostra que a cultura do surfe, professada por Gibus de Soultrait não é unânime:

O Echo des Baïnes não tem nada a ver com certos confrades da imprensa especializada cujas receitas editoriais acompanham o espírito da época. [...] Textos pomposos que, ainda por cima, não expressam nem dão conta, como exige a profissão. Em editorial intelectualizado. Uma polêmica aqui outra acolá para dar a ilusão de serem os guardiães do templo dos valores do surfe, tomando muito cuidado para não incomodar os anunciantes bons pagadores para manter os dois lados da moeda. [...] A receita fez escola.

A seção de carta dos leitores da revista *Surf Session* é também um bom meio de ver as formas pelas quais o público apreende o surfe. Mesmo que as cartas publicadas não sejam representativas do todo, nos exemplos que se seguem (recolhidos do corpus das revistas mencionadas anteriormente, n=98), é possível identificar claramente algumas oposições. Assim, para Cyril “*Surf Session* é uma perpétua inspiração, uma ode à vida e à beleza dos oceanos”²⁷. Kikof, de Bordeaux, “tenta chamar a atenção para o perigo que ameaça sorratamente, não a prática do surfe, mas o espírito que nos fez escolher esse esporte e não outro. [Ele diz] ‘Esporte’ de fato, pois é bem esse o espírito que domina no momento, e que é o perigo”²⁸. Laure indica que “é porque amo *Surf Session* que me acabo para conseguir uma e que vos escrevo. É com muito prazer que devorei e saboreei com razão o feed-back 70”. Eu reencontrei a veia criativa de Gibus, a magia e o estilo de seus editoriais, cada um mais brilhante que os outros”²⁹. Para Marc, de Paris, na *Surfer’s Journal*, revista editada por Gibus de Soultrait a partir da revista americana homônima,

cada elemento tem o seu lugar: arte, viagem, sonho, técnica, destinos, homens. Tudo é descrito com exatidão, profundidade e clareza. Ele permite aumentar os conhecimentos e, ao mesmo tempo, melhor compreender o que faz do surfe uma verdadeira cultura e um fabuloso fenômeno social³⁰.

As ideias de C.M. quase se confundem com as propostas de Gibus de Soultrait:

²⁷ *Surf Session*, n° 64, novembre 1992, p. 50.

²⁸ *Surf Session*, n° 191, juin 2003, p. 23.

²⁹ *Surf Session*, n° 51, septembre 1991, p. 8.

³⁰ *Surf Session*, n° 107, juin 1996, p. 14.

Se inserirmos um espírito de competição no surfe, quebramos com a sua essência, pois não vamos mais surfar pelo prazer mas pela glória. [...] Enfim, surfar, isso se legitima. É o resultado de uma busca interior, a expressão finalmente conseguida de desejos penosamente apaziguados.³¹

Inversamente, embora mais raro, esse espírito particular prescrito por certo leitores nem sempre é sustentado. “Ninguém se importa com os comentários de Gibus de Soultrait”³² afirmam surfistas *charentais*.³³ Para Steph, “os editoriais de Gibus que se orgulham de seu estilo pomposo”³⁴ são um problema. Em outra carta, as evoluções da revista são criticadas. Um leitor “não aguenta mais” e “tem dificuldade em entender como os jornalistas da *Surf Session* podem, por meio de certos artigos, comprovar sua lucidez quando eles denunciam os malefícios da globalização, da grana no surfe... bem, artigos com algum peso, e como, por outro lado, eles nos oferecem um suplemento cheio de publicidades”. Ele acaba por desafiar a revista a «fazer uma pesquisa sobre as condições nas quais são fabricadas nossas roupas de surfe *made in China* ou *Tailândia*”³⁵

2.3. Um campo da imprensa especializada uniformizado

O número de publicações especializadas é bastante reduzido na França. A tabela abaixo expõe as características das principais revistas especializadas no país. Além de *Surf Session* e *Surfer's Journal*, onde Gibus de Soultrait é o eterno redator-chefe dessas publicações desde o primeiro número, ele também esteve na equipe de redação da *Trip Surf*. Excluindo as edições do Grupo Sud-Ouest, resta apenas a *Surf Europe* (versão francesa), proveniente de uma revista inglesa. Essa situação explica o caráter uniforme das reportagens, das publicidades, das temáticas abordadas, dos estilos de redação, etc. *Surfer's Journal*, com as traduções de artigos americanos, se coloca numa posição singularidade.

Tabela 1: As principais revistas de surfe, pagas, editadas na França

| Nome da revista | Data de criação | Fim da publicação | Redator(es) chefe sucessivos | Accionista principal | Leitores típicos |
|---------------------|-----------------|-------------------|--|----------------------|----------------------------------|
| <i>Surf Session</i> | 1986 | Ainda publicada | G. de Soultrait B. Loustalan (até 2009) e G. de Soultrait | Groupe Sud-Ouest | Homens = 71% 15-34 anos = 65% |

³¹ *Surf Session*, n° 71, juin 1993, p. 74.

³² *Surf Session*, n° 60, juillet 1992, p. 76.

³³ Da região de Charentes (NT).

³⁴ *Surf Session*, n° 68, mars 1993, p. 66.

³⁵ *Surf Session*, n° 156, juillet 2000, p. 37.

| | | | | | |
|---|------|--------------------|--|---|---|
| | | | | | |
| <i>Surf Saga</i> | 1993 | 1998 | A. Hurel G. Dufau | F. Payot (ex-CEO de Rip Curl Europe) | Desconhecido. |
| <i>Surf Trip</i> | 1994 | 2009 | F. Lacaze, B. Loustalan, G. de Soultrait | Groupe Sud-Ouest | Homens = 59% 15-24 anos = 48% 25-34 anos : 28% |
| <i>Surfer's Journal</i> (bimensal) | 1994 | Ainda publicada | G. de Soultrait | Groupe Sud-Ouest | Homens = 78% 30-54 anos = 60% |
| <i>Surfeuses</i> (trimestrial) | 2002 | Ainda publicada | E. Boisanfray C. Delanoue | Groupe Sud-Ouest | Mulheres = 85% 15-24 anos = 60% 25-34 anos = 25% |
| <i>Surf Europe</i> | 2003 | Ainda publicada | A. Jaecquin | MPORA (GB) | Desconhecido |

Surf Session não é a única revista a valorizar essa maneira de pensar : o “toque” de Gibus de Soultrait continua subjacente na maior parte das publicações. Franck Lacaze, antigo competidor profissional francês de nível europeu e ex-redator-chefe da revista *Trip Surf*, indica que Gibus de Soultrait o “ensinou muito”:

Bem, eu sou proveniente da *Surf Session*. Recebi formação na *Surf Session*, por conta disso que tive um pouco a tendência, no início, a aproximar a linha editorial da *Trip Surf* com a da *Surf Session*. Tenho um grande respeito pelo Gibus, pelo que ele já fez: é graças a ele que existe uma imprensa de surfe na França. Não digo que outros não o teriam feito na sequência, mas ele está na origem, e assim ele é de uma maneira o pai de todos nós.³⁶

A revista *Trip Surf* foi criada em julho de 1994 por fotógrafos de surfe ex-colaboradores da *Surf Session* e extinta em 2009 por razões econômicas. Muitos redatores e “freelas” ofereciam os seus serviços a ambas revistas, ilustrando uma relativa proximidade editorial. Tendo estado junto do redator-chefe da *Surf Session* durante cerca de dez anos durante a década de 1990, Franck Lacaze coloca em prática paulatinamente a sua formação e aprende muito da profissão de jornalista sob a tutela de Gibus de Soultrait que o inspira fortemente.

³⁶ Trecho de entrevista feita em abril de 2004.

Quando terminei a escola, em 1989, fui estudar jornalismo em Paris, durante 3 anos. Assim consegui o meu diploma de Sporcom (uma formação oferecida pelo Centro de Formação e de Aperfeiçoamento de Jornalistas em Paris) em 1992. Depois, fui para Escócia com a equipe francesa para participar nos Campeonatos Europeus de surfe e a partir de lá, progressivamente, me tornei surfista profissional. Durante os anos 90, eu surfei 90% do tempo e praticava o meu texto colaborando com *Surf Session*. O jornalismo igualmente me permitiu viajar, pois eu fui “enviado especial” a G-Land em 1996 para o *Quiksilver Pro* e ao Taiti, em 1998, para o famoso Gotcha Pro que permitiu ao mundo descobrir Teahupoo. Duas lembranças eternas, obrigado Gibus.³⁷

Após seu passado de atleta profissional de 1990 a 1998 e alguns anos a serviço do restaurante familiar “La Chope” em Anglet, Frank Lacaze se junta à equipe editorial de *Surf Session* no início dos anos 2000.

Quando terminei a minha carreira de surfista profissional em 1998, não havia boas oportunidades na imprensa, então eu naturalmente “deslizei” para a vida profissional (a vida de verdade) trabalhando no bar da família. Até que um conjunto feliz de circunstâncias (saída do redator chefe da época) me permitiu virar o redator chefe da *Trip Surf*.

Desde dezembro de 2000, data na qual Franck Lacaze ocupa o posto de redator-chefe, a revista se recentrou para favorecer a “cultura do surfe”. A linha privilegiada na revista *Trip Surf* posiciona, em primeiro lugar, a viagem (as “trips”), com ênfase nas exóticas (Havaí, Antilhas, ilhas Rodrigues ou Fiji, etc.) ou regionais com os *points* franceses, a liberdade de um surfe sem limitações e as fotografias. As competições amadoras ou profissionais, sem serem completamente deixadas de lado, ocupam um espaço mais restrito. O passado competitivo em alto nível de Franck Lacaze fica, em grande medida, em silêncio na maneira de apresentar seus textos, como se toda alternativa à ideologia da “cultura do surfe” ou da “contracultura” estivesse de cara condenada ao fracasso.

Igualmente, de maneira semelhante a formação jornalística de Franck Laaze, Gibus de Soultrait teve como assistente, desde 1988, o futuro redator-chefe da Surf Saga, Alexandre Hurel. Essa revista foi criada em 1993 e o seu último número foi publicado em 1998. Gibus de Soultrait multiplica assim os meios de “dar as cartas” da produção mediática por meio das revistas e relações que ele estabeleceu com a maior parte dos jornalistas. Em resumo, criador e redator-chefe da *Surf Session* há cerca de vinte anos, além de inúmeras obras editadas pela sua própria editora, “Vent de Terre”, situada em Guéthary, importadora

³⁷ Fonte: *Surf4all.net*, site consultado em maio de 2004.

da *Surfer's Journal* e, por fim, na origem de uma influência indireta, porém real na linha editorial da Trip Surf, Gibus de Soultrait é uma figura emblemática dentro do universo do surfe francês. Suas formas de ver o surfe e sobretudo de falar sobre ele são difundidas na maior parte de revistas de surfe francesas que, mais do que em outras mídias (as peças televisivas são raras), moldam as representações dos leitores em relação ao surfe, por menos que esses estejam receptivos a esse tipo de enunciações.

Conclusão : a “contracultura” a serviço da economia

A manutenção no tempo dessas particularidades ideológicas, simbolizadas pela “cultura do surfe”, uma fração da “contracultura” que por si só não é capaz de exprimir muita coisa devido à vulgarização do termo, é, apesar disso, legitimada por discursos de marketing, subscritos, sem distanciamento, por certos acadêmicos. Na realidade, o mito faz vender no domínio da imprensa, assim como também num outro setor de atividade mercantil, o dos estilos de vida do surfe, nomeadamente o “surfwear”. Convém, de fato, que as revistas se adaptem às estratégias de marketing das empresas de surfwear que financiam, em troca de páginas de publicidade. Uma página inteira de publicidade em segunda ou quarta capa da *Surf Session* tem, por exemplo, um custo de mais de 7 mil euros e um simples anúncio de meia página na revista alcança um montante próximo a 2 mil euros. Deste modo, avaliamos os interesses comuns – e bem compreendidos – entre a imprensa e o setor de surfwear, uma vez que numa revista de uma centena de páginas, cerca de um quarto, a cada mês, são dedicados a empresas tais como Rip Curl, Billabong, Quiksilver, Oxbow, etc. Para Francis Distinguin, o uso desse mito responde a uma lógica de marketing e de comunicação bem estudada pelas empresas de surfwear:

as marcas de surfe jogaram de maneira bem astuta: elas criaram roupas dizendo ‘porque nós respondemos à demanda dos surfistas, isso nos permitiu existir, porque o short de surfe incarna a alma do surfista’. Não são produtos de alta qualidade e basicamente eles apostaram na simbologia da vestimenta: eles foram precursores na comunicação: a roupa era o mais importante. Nós vestíamos uma roupa, nós éramos surfistas.³⁸

A imprensa especializada não é, assim, o único vetor de produção de valores rentáveis dentro do espaço do surfe. “O espírito do surfe” é valorizado pelas marcas de surfwear cujos meios publicitários e clientes potenciais ultrapassam de longe o universo de leitores das revistas especializadas. As restrições a questões econômicas e competitivas podem parecer contraditórias no geral, mas é eminentemente estratégico na prática. Os valores históricos, vindos de construções

³⁸ Entrevista feita em abril 2004 na sede da FFS.

sociais produzidas por jornalistas, são unanimemente retomados nas propagandas de empresas de surfwear. Ser surfista é percebido, pelos estudos de mercado, como sendo “cool”, “relax”, “esportivo”, “jovem”, “livre”, “ecológico” ou ainda “sem limitações”³⁹. Os “valores” do surfe, ligados a representações vistas como positivas, têm assim, como consequência, aumentar os lucros econômicos.

Bibliografia

AUGUSTIN, Jean-Pierre. *Surf Atlantique, les territoires de l'éphémère*, Bordeaux: MSHA, 1994.

BECKER, Howard. Biographie et mosaïque scientifique. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 62-63, juin 1986, p. 105-110.

ELIAS, Norbert. *Mozart, sociologie d'un génie*. Paris: Seuil, 1991.

GUIBERT, Christophe. *L'univers du surf et stratégies politiques en Aquitaine*. Paris: L'Harmattan, 2006.

GUIBERT, Christophe. Le premier âge du surf en France : un sport socialement sélectif. *Science et Motricité*, n° 61, 2007, p. 89-100.

LAHIRE, Bernard. Dispositions et contextes d'action: le sport en questions. In: _____. *L'esprit sociologique*, Paris: La Découverte, 2007.

PASSERON, Jean-Claude. Attention aux excès de vitesse. Le “nouveau” comme concept sociologique. *Esprit*, n° 125, avril 1987, p. 129-134.

SOULTRAIT, Gibus de. Sport, philosophie, politique: métaphores et champs d'exploration. *Les périphériques vous parlent*, n° 10, printemps 1998, p. 4-25.

³⁹ Esses adjetivos foram os mais recorrentes nos resultados de uma pesquisa feita por empresas de *surfwear* com clientes potenciais. Fonte: Eurosima, 2002.