



Mídia e subcultura do surfe¹

Rafael Fortes²

Universidade Federal Fluminense (UFF)

Resumo

O artigo discute o conceito de subculturas juvenis presente em *Resistance through rituals* (Hall e Jefferson, 1976) e as críticas feitas a ele. Busca construir uma definição do mesmo que sirva para lidar com um objeto empírico – surfe na mídia – bastante diferente daqueles usualmente estudados pelos autores que utilizaram o conceito. Embora bastante criticada por muitos, a idéia de subculturas juvenis se mostra útil para a discussão em torno do surfe como algo construído na e através da mídia.

Palavras-chave

Subculturas juvenis; Fluir; Estudos Culturais; revista de surfe; cultura jovem

Introdução

A extinta rádio Fluminense FM, de Niterói, foi eleita três vezes a “melhor rádio surfe do mundo” pela Associação dos Surfistas Profissionais (ASP).³ O setor de roupas e acessórios ligados ao surfe está entre os principais mercados da indústria brasileira de vestuário. Desde 2004 é realizada anualmente em São Paulo (e, a partir de 2006, também no Rio de Janeiro) a Mostra Internacional de Arte e Cultura Surf. Segundo os organizadores, “pela primeira vez, todas as expressões artísticas do universo do surf estarão reunidas em um único local, mostrando por que o surf é mais do que um esporte: é um estilo de vida”.⁴

Os três dados citados são um pequeno exemplo da diversidade de fenômenos econômicos, midiáticos, sociais, culturais, artísticos e esportivos que compõem o mundo do surfe. Ao longo dos anos, esse esporte extrapolou o espaço da praia e configurou um estilo de vida que é consumido por pessoas que podem ser ou não surfistas, frequentar

¹ Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Comunicação e Culturas Urbanas.

² Doutorando em comunicação, com a pesquisa intitulada provisoriamente “O surfe nas ondas da mídia” e bolsista da FAPERJ (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro). Mestre em Comunicação com a dissertação *A torcida “precisa e imparcial”*: Istoé, Veja e o Plano Cruzado, defendida em 2004 no PPGCOM/UFF. Bacharel em Comunicação Social – habilitação jornalismo (UFF, 2000) e em História (UFF, 2006). Contato: raffortes@hotmail.com.

³ A ASP é a entidade máxima do surfe e organizadora dos circuitos mundiais profissionais.

⁴ Texto de apresentação da primeira mostra, realizada entre 23 e 29 de julho de 2004 no Pavilhão da Bienal (Parque do Ibirapuera, São Paulo/SP). Cf. <http://www.mostrainternacionaldosurf.com.br>.



ou não praias, enfrentar ou temer o mar agitado pelas ondas, viver ou não em cidades litorâneas. Durante as décadas de 1980-90, o esporte e aquilo que o envolve cresceram consideravelmente no Brasil: fábricas de roupas, equipamentos e acessórios; lojas e marcas; mídia especializada (sobretudo revistas, programas de TV e sítios de internet); número de competições e de praticantes (amadores e profissionais). Definido de forma variada – como um “universo”, “mundo” ou “cultura”, ou como um “estilo de vida”, o surfe não se resume à prática de um esporte. Manifesta-se, sobretudo, na cultura: diz respeito a roupas, visual, comida, natureza, saúde, música, hábitos.

Os meios de comunicação atuam em relação ao mundo do surfe em dois sentidos. Primeiro, os meios de comunicação se apropriam do surfe e de sua cultura no sentido de prover elementos para a compreensão e o consumo dos leitores e consumidores em geral. Segundo, contribuem para o mundo do surfe no sentido de abastecê-lo com identidades. Fornecem matrizes, estimulam a existência de diferentes correntes, opiniões, vertentes. Atuam como espaço que agrega textos que fortalecem a construção de identidade, mas também outros textos que discutem e criticam os modelos de identidade que estão sendo construídos.

Embora seja objeto de relevante produção midiática, o surfe praticamente não recebe atenção acadêmica, seja no âmbito esportivo, seja no cultural. Há um vazio em torno do tema. Por conseguinte, trata-se de um objeto que coloca desafios para os conceitos (subculturas, tribos, neotribos etc.). Como cultura é uma noção abrangente, que permite um diálogo interdisciplinar, torna-se importante situar o estudo do surfe na mídia no plano das discussões em torno do conceito, de maneira a não reduzir o objeto à dimensão esportiva. Na falta de arcabouço teórico sedimentado para a abordagem do tema, é preciso trabalhar por aproximação. Este trabalho busca, portanto, avançar a discussão teórica da pesquisa de doutorado em andamento, através da articulação do objeto com o conceito de *subculturas juvenis*, contribuindo, paralelamente, para o debate em torno do conceito.⁵

O surfe levanta questões e problemas que permitem ampliar a discussão sobre as subculturas e as relações que elas estabelecem com os meios de comunicação. Primeiro, porque tem se demonstrado uma forma cultural bastante longa, ao contrário das subculturas usualmente investigadas. Atravessa décadas e estudá-lo permite considerar o problema das subculturas de uma perspectiva histórica de modo mais profundo que

⁵ Este artigo está relacionado a pesquisa de doutorado em andamento, que investiga o surfe como um objeto que transcende a mera prática esportiva e é construído, em grande medida, pelo universo da comunicação.



outros casos, cujas abordagens quase sempre se concentram no presente estudado pelo pesquisador. Segundo, a subcultura do surfe apresenta valores e agrega membros pertencentes a classes sociais específicas (alta e média), mas não da classe trabalhadora, como eram as subculturas investigadas pelos Estudos Culturais décadas atrás.

Mais especificamente, o artigo pretende construir uma definição do conceito de subcultura de forma a utilizá-lo no estudo das mediações realizadas pela revista *Fluir*. Trata-se, portanto, de proposição para a qual, espera-se, o debate em torno do artigo venha a contribuir. A primeira seção faz uma breve apresentação de *Fluir*. A segunda define o conceito de *subculturas juvenis* e sintetiza as críticas que tem recebido. Na última parte, a partir dos objetivos da pesquisa em andamento, busco construir um caminho de uso do conceito.

***Fluir* e o mundo do surfe**

As revistas constituem, simultaneamente, fonte e objeto de estudo cujo destaque se dá não apenas no campo da comunicação, mas também em outras ciências humanas, principalmente na história: “A análise da segmentação mais contemporânea do mercado de revistas, e sua relação com a construção de identidades a partir do consumo, é das mais instigantes” (Luca, 2005, p. 122). Na mesma direção, Thornton (1996, p. 151) afirma que as revistas segmentadas operam nas subculturas, categorizando, explicando, discutindo, rotulando grupos sociais, gostos e preferências, organizando dados disparatados, legitimando-os e apresentando-os como algo distintivo. Em suma, “não apenas cobrem subculturas, mas ajudam a construí-las”.

Ainda segundo a autora, há duas razões principais para o envolvimento das revistas segmentadas com subculturas. Primeiro, os que fazem a revista tiveram ou têm participação (pessoal) na subcultura, ou seja, há interesses em comum entre leitores e editores, incluindo o fato de serem do mesmo sexo. Segundo, porque toda revista precisa ter leitores e, se for associada a uma subcultura que gera consumo (de revistas, inclusive) nos jovens, em tese vai vender mais. Embora o papel da mídia segmentada na construção de subculturas seja importante, não é exclusivo. Mídia de massa, micromídia (fanzines, por exemplo) e outros tipos de mídia segmentada (revistas de estilo) também participam da formação de subculturas, podendo desempenhar diferentes papéis, que não cabe aprofundar neste trabalho (Thornton, 1996, p. 153).



Fluir surge na década de 1980, período em que se acentua o caráter comercial do surfe no Brasil: profissionalização de campeonatos, aparecimento de programas de TV relacionados ao esporte (fossem de ficção, como *Armação Ilimitada*, ou jornalísticos, como *Realce*), crescimento do número de empresas patrocinando eventos e/ou buscando associar sua imagem a ele (grandes lojas como Mesbla e C&A criaram marcas voltadas para o surfe). Tomando parte neste movimento, *Fluir* começa como publicação bimestral, em um ano passa a mensal e rapidamente se coloca como a principal revista de surfe do país. Pouco tempo depois, já está incorporada à Editora Azul, pertencente ao grupo da poderosa Editora Abril. A existência de algumas publicações dedicadas ao surfe é, em si, um exemplo da consolidação de um mercado em torno deste esporte no Brasil. As revistas exigem não apenas público leitor, mas também empresas que considerem interessante pagar para anunciar e, com isso, custeiem a produção.

Não se trata, evidentemente, de afirmar que *Fluir* ocupa, sozinha, lugar de protagonista no desenvolvimento do surfe no país.⁶ Outrossim, a publicação impressa atinge tanto o público segmentado, praticante do esporte, quanto um público admirador, mas que não o pratica efetivamente. Se, por um lado, mídias como televisão e cinema atingem um público muito mais amplo, por outro, não privilegiam a discussão mais aprofundada de certos temas caros aos membros da comunidade, nem a apresentação de diferentes pontos de vista. O lugar de adensar o debate na mídia, foi, por excelência e por muito tempo, o impresso – com destaque para as revistas. Este quadro muda apenas a partir do fim da década de 1990, com a disseminação da internet, que amplia significativamente a arena de debates em torno do surfe – como esporte, cultura, profissão ou mercado.

Subculturas: conceito e críticas

Os Estudos Culturais possuem origens múltiplas – em diferentes décadas do século XX, países e continentes – e podem ser entendidos de maneiras diversas: como intervenção na sociedade, como disciplina acadêmica ou como combinações de ambos (Wright, 1998). Uma das iniciativas buscou, desde o início, romper com a disciplinaridade do mundo acadêmico: o Centro de Estudos Culturais Contemporâneos

⁶ Entre as revistas brasileiras sobre surfe já publicadas estão *Alma Surf*, *Hardcore*, *Mesklada*, *Venice*, *Visual Surf Magazine*, *Brasil Surf*, *Inside*, *Expresso do Surf*, *Fluir Girls* (voltada para o surfe e o público femininos), *Ação*, *Staff*, *Surf News*, *Swell* e *The Surf Press*. Entre os jornais, *Drop*, *Now* e *Qual o Lance*. Além destes, outras revistas com presença marcante de reportagens e outros materiais ligados ao surfe são/foram *Trip*, *Pop* e *Visual Esportivo*.



(Centre for Contemporary Cultural Studies, CCCS, na sigla em inglês), fundado na cidade de Birmingham, Inglaterra, em 1964, cujo foco inicial – depois ampliado - de estudos foram os valores e práticas da classe trabalhadora britânica. Buscou-se desconstruir as perspectivas de abordagem que estabeleciam hierarquias ao analisar a cultura. Para isso, esta foi concebida como um modo de vida compartilhado, valorizando-se as práticas culturais das classes trabalhadoras e destacando-se o papel ativo dos sujeitos históricos como produtores de cultura. Embora a comunicação seja apenas uma das áreas sobre as quais os estudiosos se debruçaram, recebeu contribuições decisivas dessa vertente, seja na ampliação dos objetos, na atenção para a problemática da recepção ou na utilização de conceitos e teorias (Escosteguy, 2005).

O conceito de subcultura deriva, é claro, do de cultura, assim definido no texto coletivo que abre o seminal *Resistance through rituals (Resistência através de rituais)*:

A ‘cultura’ de um grupo ou classe é o ‘estilo de vida’ peculiar e distintivo do grupo ou classe, os significados, valores e idéias encarnados em instituições, em relações sociais, em sistemas de crenças, em tradições e costumes, nos usos de objetos e vida material (Clarke e outros, 1976, p. 10, tradução minha).

Nessa visão, cuja principal referência é o pensamento de Raymond Williams, cultura é algo social e historicamente inserido, construído e vivido.⁷ Sendo assim, nas sociedades divididas em classes, há uma cultura dominante, que corresponde à classe dominante e, embora seja complexa e possa abrigar divergências, disputa e conflito, “apresenta a si mesma como *a* cultura”. É com essa cultura que as demais – as culturas das classes subordinadas – entram em conflito, seja resistindo ou tentando derrubá-la. No entanto, também é possível haver coexistência, infiltração etc. (Clarke e outros, 1976, p. 12).

O desenvolvimento do conceito de *subculturas juvenis* foi uma resposta do CCCS à expressão *cultura juvenil*, em voga em meados da década de 1970. Os formuladores buscavam escapar das interpretações que viam as manifestações juvenis como arroubos de irresponsabilidade ou como exemplo da inserção total na esfera do consumo, com o conseqüente apagamento da identidade de classe e de conteúdo político (Freire, 2005, p. 140). Ou seja, caminhar do conceito de *cultura juvenil* – termo de uso jornalístico e popular voltado quase exclusivamente para aspectos mercadológicos, que em geral exagera a autonomia dos valores juvenis, como se fossem algo inteiramente

⁷ Ver Williams (2000) e Cevalco (2001).

separado (quase uma classe) – para o de *subculturas juvenis*, buscando dar conta da variedade de manifestações dos jovens e, simultaneamente, das determinações sociais, econômicas e culturais a elas relacionadas. Trata-se de inseri-las em uma estrutura social de classes. Não há, porém, pretensão de estudar toda a juventude da classe trabalhadora, até porque a maior parte dela não se insere em uma subcultura coesa (Clarke e outros, 1976, p. 15-6; Freire, 2005, p. 141).

Subculturas são “estruturas menores, mais localizadas e diferenciadas” dentro da cultura de classe, referida como “cultura paterna”. Uma subcultura tem preocupações e características próprias, mas mantém, em maior ou menor grau, traços da cultura “paterna”. Os afastamentos e a clareza dos pontos de distinção em relação à cultura paterna podem variar. Um são mais soltas, outras são coesas e têm características distintivas coerentes e bem amarradas (Clarke e outros, 1976, p. 13-4).

O conceito de subculturas diz respeito às reações dos jovens britânicos às mudanças do pós-guerra, sendo visto como “parte de uma luta já existente da classe trabalhadora contra as circunstâncias sócio-econômicas de sua existência” (Bennett, 1999, p. 600-1). Mais especificamente, buscou-se compreender as articulações culturais de jovens da classe trabalhadora investigando a identificação e agrupamento em torno de subculturas relacionadas a estilos musicais, de vestir e valores (*punks, mods* etc.).⁸ A existência de subculturas se dá em relação à cultura majoritária (*mainstream*), como sugere o uso do prefixo *sub*, sendo, principalmente, de oposição e resistência. Conforme Freire Filho (2005, p. 143), “a Escola de Birmingham situa a relação das subculturas juvenis com a cultura dominante num quadro teórico de opressão, conflito e luta”. Portanto, essas formações culturais foram encaradas como resistência à cultura majoritária, entendida como o predomínio dos valores capitalistas da classe dominante (mercado, consumo, dinheiro, sucesso, individualismo). Além disso, as subculturas juvenis subordinam-se à cultura “paterna”.

Os artigos de *Resistance through rituals* privilegiam subculturas juvenis da classe trabalhadora, mas tratam também, embora com menos destaque, de subculturas juvenis das classes médias, mais especificamente aquelas ligadas à contracultura. Novamente as atenções voltam-se para manifestações juvenis consideradas de *resistência* à cultura dominante, ainda que haja uma diferença crucial para os autores: mesmo que se oponham à cultura dominante, os jovens de classe média pertencem a ela.

⁸ No caso brasileiro, o uso do termo está bastante ligado a estudos que envolvem jovens e música (Amaral, 2005).

Dentre o elenco de críticas ao conceito de subcultura formuladas por numerosos autores e discutidas por Bennett (1999; 2002), Freire Filho (2005) e Thornton (1996), destacam-se quatro pontos principais: a) consumo e resistência; b) falta de pesquisa empírica; c) rigidez; d) falta de objetividade e clareza.

Um problema considerado crucial por Bennett (1999, p. 601-2) é o fato de se considerar o papel do consumo como peça de resistência, como se, no momento em que aumenta a disponibilidade de tempo e dinheiro para o lazer, os jovens oriundos das classes trabalhadoras fossem necessariamente adotar uma postura de identificação classista e consumir produtos aos quais é atribuído valor como peças de articulação da resistência. Com frequência, deixa-se de lado o que o consumo representa para os próprios agentes – talvez, a possibilidade de construir uma identidade mais autônoma, não tão restrita à cultura de classe na qual estavam inseridos os jovens. Segundo Freire Filho (2005, p. 146-8), na visão dos autores as possibilidades de resistência através do estilo são continuamente minadas: seja pela “*reapropriação e comercialização*” realizada “por agentes dos mercados publicitário, fonográfico e da moda”; seja pela “*redefinição*” levada a cabo pela mídia de massa, no caminho da estigmatização ou da incorporação. Tais relatos enxergam apenas consumo (e não resistência) e prazer (e não política). Para os críticos, portanto, a visão do CCCS é equivocada, uma vez que, de maneira geral, o consumo não constitui um ato de resistência.

Isso nos leva ao segundo problema, que constitui a principal crítica de Bennett (2002, p. 452-5) aos estudos realizados pelo CCCS: segundo ele, a narrativa estruturalista tornava dispensável a pesquisa empírica, já que os agentes sociais investigados estariam determinados pelo pertencimento a uma classe social. Na visão de Bennett, a falta de análise empírica se deve ao fato de as respostas serem dadas pela própria teoria.

O terceiro ponto criticado é a *rigidez*. As relações dos jovens com os elementos que constituem uma subcultura são mais fluidas do que o conceito permite trabalhar. O conceito sugere fronteiras, divisões e coerências impossíveis de encontrar empiricamente (Bennett, 1999, p. 603-5). Para Thornton, peca por não incluir as relações das subculturas e de seus integrantes com a mídia (por exemplo, as diferentes possibilidades de recepção) e isolá-las de outras culturas da sociedade da qual fazem parte, tendendo a superestimar o conteúdo político e a separação da cultura hegemônica a que resistem. Para os autores, a visão do CCCS trata as subculturas como se fossem pequenos universos preservados do impacto da grande mídia.

Thornton contribui decisivamente ao articular o conceito de subcultura com a representação na mídia (Bennett, 1999). Para a autora, existem três instâncias midiáticas: micro-mídia local (cartazes, panfletos, fanzines); mídia de nicho (“constrói subculturas tanto quando as documenta”) e mídia de massa nacional, que “desenvolve movimentos da juventude tanto quanto os distorce” (Thornton, 1996, p. 116-7). Embora as relações entre os jovens integrantes das subculturas e as instâncias midiáticas sejam bastante variadas, as subculturas sempre se constroem em diálogo com a mídia:

subculturas são construídas no processo de serem ‘descobertas’. Jornalistas e fotógrafos não inventam subculturas, mas lhes dão forma, assinalam seu cerne e materializam suas fronteiras. Mídia e outras indústrias da cultura são parte integrante do processo pelo qual criamos grupos através da representação dos mesmos (Thornton, 1996, p.160).

Segundo Bennett (1999), a miríade de usos chega ao ponto de haver quem considere a existência de subculturas *dentro* e *fora* do mainstream. Para o autor, falta objetividade em boa parte das pesquisas utilizando o termo. Embora o utilize em seu trabalho, as críticas de Thornton apontam na mesma direção, considerando-o aplicável a grupos demais:

(...) esse livro não adota suas [do CCCS] definições teóricas de ‘subculturas’ pela razão principal de que as considero impossíveis de trabalhar empiricamente. Em vez disso, uso o termo ‘subculturas’ para identificar aquelas culturas do gosto [*taste cultures*] que são rotuladas pela mídia como subculturas e a palavra ‘subcultural’ como um sinônimo para as práticas que os frequentadores de boates denominam ‘underground’ (Thornton, 1996, p. 8).

A autora aponta ainda um problema adjacente nos estudos britânicos sobre a cultura da juventude: não definem claramente o que é a cultura majoritária à qual os valores dos jovens se opõem. Nesse sentido, a cultura hegemônica acaba se transformando em algo a-histórico e indefinido. Conforme Thornton (1996, p. 92-3), as dicotomias *cultura majoritária* x *subcultura* e *cultura comercial* x *cultura alternativa* não são a melhor forma de enxergar a questão, por serem simplificadoras.

O surfe como subcultura midiática - apontamentos

Trabalho em concordância com a perspectiva de Freire Filho (2005), de que, apesar das numerosas críticas sofridas, o conceito de subcultura não deve ser



abandonado, pois tem utilidade para estudar questões relacionadas à juventude, precisando ser aprimorado.

Para ele, há participação política nas subculturas juvenis. No caso do Brasil, por exemplo, o *punk* reúne jovens que se identificam a partir da exploração pelo sistema e realizam protestos e revoltas (2005, p. 149). O autor elenca numerosos episódios de participação política dos *punks* brasileiros nos últimos anos, argumentando que a mesma está longe de poder ser classificada como eventual. Trata ainda das perspectivas de articulação entre música e política, ou melhor, de atuação política por parte de jovens que se agrupam a partir da preferência por um determinado tipo de música e o compartilhamento de ambientes frequentados por pessoas com gostos afins (música eletrônica, rock etc.). Lista uma série de exemplos e experiências, alguns mais politizados, outros menos. O argumento central do autor é que há, sim, política nas atividades realizadas pelos jovens nos últimos anos, apesar das declarações em contrário por parte dos estudiosos. Ela pode não ser o objetivo principal dos jovens ou o que mais os atrai, nem está sempre presente, mas existe.

O sentido classista e político atribuído ao conceito pelos autores de Birmingham é uma das razões pelas quais ele interessa à pesquisa em andamento. Há, nas subculturas, insubordinação, mas também conformidade e impotência. A prioridade do CCCS foi investigar subculturas ligadas a jovens da classe trabalhadora. Quando se amplia o foco, a idéia de resistência como traço fundamental deixa de ser obrigatória. Porém, na medida em que a abordagem proposta deseja enfatizar os traços de classe presentes nos valores do universo do surfe, o conceito pode ser útil.

A subcultura do surfe se insere principalmente nas classes média e alta e não tem como foco o debate político. No entanto, isso não quer dizer que, nas falas construídas a respeito do surfe, a política esteja ausente. Quando se discute poluição, excesso de surfistas e banhistas em certas praias, brigas entre surfistas locais e de fora, estrutura para campeonatos amadores e profissionais ou necessidade de aumento de investimentos no esporte, estão presentes, direta ou indiretamente, questões como concepção do papel do setor público e do setor privado no Brasil e no mundo; funções desempenhadas na prática pelas instituições públicas e privadas; legislação; responsabilidade dos indivíduos e da coletividade em relação ao futuro do planeta. Ao longo de mais de duas décadas, assuntos desse tipo estiveram frequentemente em pauta em *Fluir* – para não falar de temas efetivamente políticos, como o apoio da revista à campanha Diretas Já.



Segundo, a idéia de que as identificações produzidas pelos jovens, embora sejam fruto de escolhas, não são escolhas inteiramente livres e desprovidas de inserção temporal, espacial e de classe. O uso do conceito se justifica, também, por chamar atenção para a determinação social dentro da qual se realiza o processo de formação das subculturas juvenis. Busco, portanto, me afastar das visões pós-modernas como a de Bennett (1999, 2002), que tratam as questões de cultura e identidade como se fossem um supermercado aberto a todos por cujos corredores circulam sujeitos sem qualquer inserção na vida concreta, e onde cada um pode escolher de forma inteiramente livre, nas prateleiras, as identidades a consumir e assumir.

Ainda no que diz respeito a classe social, o comportamento dos agentes de não evidenciarem pertencimento a uma classe revela uma posição ambígua. Por um lado, há a recusa de se enquadrar, a qual abre uma alternativa que pode levar à mudança. Por outro, não se afirmar como classe é uma forma de tentar escapar ao fato de pertencer a uma – e, acrescento, a uma sociedade dividida em classes. Embora os numerosos estudos das últimas décadas, em vários campos, tenham deixado bastante claro que a divisão entre classes não é a *única* forma de divisão social nem tampouco de opressão (e, em muitos casos, sequer a forma de opressão mais significativa), ainda assim considero-a um fator primordial na análise social (Ver Wood e Foster, 1999).

A perspectiva presente em Hall e Jefferson (1976) contribui ainda para este trabalho ao assinalar que as subculturas de classe média se fundam em uma “idade de transição” entre infância e trabalho que dura mais tempo do que na classe trabalhadora (Clarke e outros, 1976, p. 60-1, citação à p. 60). Boa parte dos adeptos da subcultura do surfe e, mais especificamente, dos leitores aos quais *Fluir* é dirigida, passam vários anos da juventude frequentando a universidade e, entre a adolescência e o fim da faculdade, têm entre suas atividades favoritas e frequentes as viagens.

Uma contribuição decisiva da bibliografia crítica do conceito de *subculturas juvenis* para o trabalho em curso diz respeito à necessidade de articular as subculturas com os meios de comunicação. *Fluir* é uma revista segmentada, ou, para utilizar as categorias elaboradas por Thornton (1996), revista para o consumidor (*consumer magazine*), um dos tipos de *mídia de nicho*. Embora a autora se refira a publicações sobre música e estilo, a proximidade com o que representam o surfe e as revistas a ele ligadas é evidente. Na medida em que “os veículos de comunicação criam subculturas no processo de nomeá-las e traçam fronteiras em torno delas no ato de descrevê-las”

(Thornton, 1996, p.162), o estudo de *Fluir* pode fornecer pistas importantes para se compreender a configuração da subcultura do surfe.

Quanto às críticas de que a visão teórica dos autores ligados ao CCCS evitou a realização de trabalho empírico, é preciso acrescentar que isso não significa incompatibilidade *em si*. Ou seja, se a pesquisa empírica foi ignorada ou desprezada em um dado momento, dentro de uma vertente teórica, esta pode avançar, sofrendo revisões no sentido de incorporar a necessidade e as contribuições da empiria.

Outra problematização necessária diz respeito à opção de Thornton de definir como subcultura “tudo aquilo que assim é chamado”. Evidentemente tal postura não se aplica ao caso brasileiro, uma vez que o conceito não é de uso corrente na mídia, ao contrário do que acontece na Grã-Bretanha. Parte da confusão com o termo no contexto britânico se deve justamente à variedade de usos, inclusive não acadêmicos.

O surfe não é uma cultura passageira. Ou melhor, não está tão relacionado a modismos efêmeros como estiveram várias subculturas estudadas pelos autores citados neste artigo. Neste sentido, talvez não existam mutações tão rápidas quanto, por exemplo, nas subculturas ligadas a estilo e música estudadas por Bennett e Thornton, que tratam de ambientes voláteis: em poucos meses uma casa noturna pode ser inaugurada, atingir o ápice em termos de modismo e autenticidade junto aos adeptos e fechar.

Embora intensamente associada à juventude e por ela consumida, a subcultura do surfe abre mais espaço para inserção de pessoas de outras faixas etárias e, mais importante, sua permanência:

Há uma razão pela qual cultura da juventude é muitas vezes atrativa para pessoas muito além de sua juventude. Ela age como um amortecedor contra o envelhecimento social – não contra o medo de envelhecer, mas de se conformar à posição em uma sociedade altamente estratificada (Thornton, 1996, p. 102).⁹

Em comparação com as subculturas juvenis britânicas estudadas pelos diversos autores citados nos trabalhos de Bennett e Thornton, a subcultura do surfe, em tese, é mais aberta a alguém continuar se identificando como membro mesmo após casar, ter filhos ou... completar 30, 40, 50 anos de idade. Seja para subir em uma prancha e descer ondas, seja para identificar-se com os valores da subcultura do surfe, o avanço da idade não representa condição impeditiva.



Outra especificidade é que a subcultura do surfe não se limita a grupos que circulam juntos pelo espaço urbano. Há um lugar privilegiado para a convivência dos que se identificam com a subcultura: a praia. Para ela converge boa parte dos adeptos da subcultura, sejam surfistas propriamente ditos ou os demais que admiram e se identificam com os valores da subcultura, ainda que não pratiquem o esporte. No entanto, há ainda a possibilidade de partilhar os valores da subcultura sem frequentar a praia, justamente através do consumo dos produtos (midiáticos, inclusive) a ela relacionados.

Conclusão

Por se tratar de uma pesquisa em comunicação, o surfe não é encarado aqui simplesmente em sua dimensão esportiva, mas em sentido mais amplo. No entanto, a falta de estudos relacionados ao objeto dentro da área, das ciências humanas e da universidade, de uma maneira geral (salvo estudos pontuais, sobretudo no Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da UFSC), torna necessário empreender um esforço de discussão teórica. Não há, como no caso de outros objetos do campo da comunicação, quadros teóricos – formulados no próprio campo ou em ciências humanas afins – à disposição do pesquisador.

Apresentei a definição e os objetivos iniciais da idéia de *subculturas juvenis*, da maneira como foram formulados e utilizados por autores ligados ao CCCS, principalmente na década de 1970. Em seguida, elaborei um resumo do extenso elenco de críticas dirigidas à formulação e a seu uso. A partir dessas críticas – incorporando algumas sugestões e rebatendo outras – tentei elaborar uma formulação mais *leve* do conceito, de maneira a torná-lo utilizável na pesquisa em andamento sobre a revista *Fluir*.

Apesar das várias críticas, acredito que, fazendo algumas ressalvas e contextualizando seu uso em relação ao que foi proposto e realizado por alguns pesquisadores dos Estudos Culturais – por exemplo, deixando de lado a ênfase no caráter de resistência – , o conceito de subcultura pode ser útil para a análise e compreensão do objeto surfe.

⁹ Contraditoriamente, a autora informa que o grosso do público freqüentador dos espaços e consumidor dos produtos estudados por ela tem entre 15 e 19 anos, seguido pela faixa 20-24.



Referências bibliográficas

- AMARAL, Adriana (2005). “Uma breve introdução à subcultura cyberpunk – Estilo, alteridade, transformações e hibridismo na cibercultura”. In: *E-compos*, n. 3, agosto. Capturado em 20/11/06 em http://www.compos.org.br/e-compos/adm/documentos/agosto2005_adrianaamaral1.pdf.
- BENNETT, Andy (1999). “Subcultures or neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste. *Sociology*, vol. 33, n. 3, august, p. 599-617.
- BENNETT, Andy (2002). “Researching youth culture and popular music: a methodological critique”. In: *British Journal of Sociology*, vol. 3, n. 53, september, p. 451-66.
- CEVASCO, Maria Elisa (2001). *Para ler Raymond Williams*. São Paulo: Paz e Terra.
- CLARKE, John e outros (1976). “Subcultures, cultures and class”. In: HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony (ed.). *Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain*. Hutchinson: London, p. 9-75.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina (2005). “Os Estudos Culturais”. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (org.). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. 5ª. ed. Petrópolis: Vozes, p. 151-170.
- FREIRE FILHO, João (2005). “Das subculturas às pós-subculturas juvenis”. In: *Contemporanea – Revista de Comunicação e Cultura*, vol. 3, n. 1, janeiro-junho, p. 138-166.
- HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony (ed.) (1976). *Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain*. Hutchinson: London, p. 9-75.
- LUCA, Tania Regina de (2005). “História dos, nos e por meio dos periódicos”. In: PINSKY, Carla Bassanezi. *Fontes Históricas*. São Paulo: Contexto, 2005, p. 111-153.
- WILLIAMS, Raymond (2000). *Cultura*. 2ª. ed. São Paulo: Paz e Terra.
- WOOD, Ellen Meiksins; FOSTER, John Bellamy (1999). *Em defesa da história: marxismo e pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- WRIGHT, Handel K (1998). “Dare we de-centre Birmingham?”. *European Journal of Cultural Studies*, v. 1, n. 1, p. 33-56.