

## Quem somos? À descoberta da identidade do surfista! What are we doing here? Searching for the surfer's identity!

Patrícia Reis

ISLA Santarém – [patricia.reis@unisla.pt](mailto:patricia.reis@unisla.pt) (Portugal)  
Universidade de Aveiro – [patriciareis3@gmail.com](mailto:patriciareis3@gmail.com) (Portugal)

### Resumo

*O surf enquanto segmento desportivo em grande crescimento, não conta ainda com um conhecimento científico amplo e sistematizado sobre a atividade e a sua prática. É considerado um desporto com uma certa espiritualidade e energia, que parece transcender a simples prática desportiva, uma vez que mistura desporto, paixão, estilo de vida, comportamento, lazer e fantasia. A adrenalina, o contato com a natureza, o ambiente e cultura e a paz geradas pelo surf, leva os seus adeptos a procurarem essa sensação nos mais remotos lugares. O surf é, por isso simultaneamente, uma atividade turística com um grande potencial, tanto em termos económicos, contribuindo para o aumento dos lucros e mais-valias associadas a este mercado, como de promoção, sendo muitos os destinos turísticos que se promovem com base no surf. O fascínio pelo surf ultrapassa o limite dos seus praticantes e abrange os que não praticam a atividade, mas que com ela se identificam – os entusiastas/simpatizantes.*

*Associada a uma imagem estereotipada do surf e dos surfistas, que remete para um conjunto de indivíduos rebeldes e alienados, a modalidade passou por diversas fases: popularização, liberdade, preconceito e adoração, fortalecendo-se como uma modalidade desportiva e de estilo de vida de indivíduos com diferentes perfis e motivações. Tendo como base esta imagem estereotipada, este artigo tem como objetivo tentar compreender a perceção que os surfistas têm de si próprios, assim como as representações a respeito do estilo de vida do surf. Para a recolha de dados recorreu-se à entrevista estruturada e para o tratamento de dados a análise de conteúdo.*

*Os resultados permitem observar que, apesar do estereótipo do surfista o associar a alguém com poucas preocupações para além das ondas e por uma certa forma de rebeldia e de rutura com a ordem, atualmente o surfista reconhece-se como um indivíduo que pauta a sua vida pelo confronto com o desconhecido, favorecida pela convivência com os amigos e pela descoberta de seus próprios limites e potencialidades. Relativamente ao estilo de vida do surf é identificado pela interligação dos seguintes vetores: lazer, trabalho, espaço de sociabilidade, comunicação, convivência e liberdade. O surf parece, pois, implicar uma identidade e um estilo de vida muito próprio, em que a paixão pelo mar torna-se um modo singular de vivência, de apropriação e de ocupação do espaço. Não somente para aqueles que procuram o surf para carregar energias para enfrentar a vida quotidiana, mas também quando o surf se concretiza em projeto de vida - possibilidade de realização pessoal e profissional. Ser surfista parece ser sinónimo de cultura!*

*Com raízes nos povos polinésios, o surf é uma manifestação típica de modernidade, constituindo-se como uma representação de valores, sensibilidades e desejos. Ao encarar o surf*

## II Encontro Científico I2ES

*como um fenômeno sociológico, recomenda-se não seguir estereótipos e compreender a sua cultura e as suas motivações, assim como a atividade em si mesmo, considerando a existência de uma identidade muito própria. Isto porque o surf não se faz, sente-se!*

Palavras-chave: surf, estereótipo, identidade, estilo de vida.

### **Abstract**

*Despite the growing number of surf enthusiasts, there isn't still a broad scientific knowledge and systematized on this activity and its practice. Considered as a sport with a certain spirituality and energy, surfing seems to transcend the simple sport and mixture, passion, lifestyle, behavior, leisure and even fantasy. The adrenaline, the contact with nature, the environment and culture and inner peace generated by the surf, leads its adherents to seek this feeling in the most remote places. This makes surf also a tourist activity with great potential for growth, both in economic terms, contributing to the increase in profits and capital gains associated with this market, such as promotion, there is a lot of tourist destinations that are promoted based in the surf. The fascination with the surf exceed its practitioners and covers those who do not practice the activity, but with which it is identified - enthusiasts / supporters. Associated with a stereotypical image of the surf and surfers, witch refer to a set of individuals as rebellious and alienated the sport has gone through several phases: popularization, freedom, prejudice and worship involved the evolution of surf that has strengthened as a sport and lifestyle to individuals with different profiles and motivations. Based on this stereotypical image of surfer, this article aims to understand the perception that surfers have of themselves, as well as representations regarding the surf lifestyle. For data collection appealed to the structured interview and the processing of data content analysis.*

*The results show that despite the surfer stereotype is associate someone with few concerns beyond the waves and a form of rebellion and break with the order, currently the surfers recognizes itself as an individual where his life it is guided by the confrontation with the unknown and favored by living with friends and the discovery of their own limits and potential. The surf lifestyle is therefore marked by the interconnection of the following vectors: leisure, work, social space, communication, coexistence and freedom. The surf seems therefore imply an identity and a very own lifestyle, where the passion for the sea becomes a natural way of living, of ownership and occupation of space. Not only for those looking through the surf load energy to face everyday life, but also when the surf is concretized in life project - possibility of personal and professional fulfillment. Being a surfer seems to be synonymous of culture!*

*With roots in Polynesian people, surf is a typical manifestation of modernity, since it is as a representation of values, sensibilities and desires. So, considering the surf as a sociological phenomenon, it is recommended not follow stereotypes, and understand their culture and their motivations, as well as the activity itself, considering the existence of a very own identity. This is because we don't do surf we fell it!*

Keywords: surf, stereotype, identity, lifestyle.

## II Encontro Científico I2ES

### Referências bibliográficas

- Árias, M. (2003). Surf Gênese. A antropologia do surf. *Alma Surf*, 2-23.
- Ateljevic, I., & Doorne, S. (2000). Staying Within the Fence: Lifestyle Entrepreneurship in Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5), 378-392.
- Booth, D. (1995). Ambiguities in Pleasure and Discipline: The Development of Competitive Surfing. *Journal of Sport History*, 22 (3), 189-206.
- Butts, S. (2001). Good to the last drop: understanding surfers' motivations. *Sociology of Sport Online*, 4.
- Crosset, T., & Beal, B. (1997). The use of subculture and subworld in ethnographic works on sport: a discussion of definitional distinctions. *Sociology of Sport Journal*, 14(1), 73-85.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow - The Psychology of optimal experience*. New York: Harper and Row.
- Dolnicar, S. & Fluker, M. (2003). Behavioural market segments among surf tourists: investigating past destination choice. *Journal of Sport Tourism*, 8 (3), 186-196.
- Elias, N., Dunning, E., (1992). *A busca da excitação*. Tradução de M.M.A. e Silva. Lisboa: Difel.
- Farmer, R. J. (1992). Surfing: motivations, values, and culture. *Journal of Sport Behavior*, 15 (3), 241-257.
- Finney, B. (1994). *Voyage of Rediscovery: a cultural odyssey through Polynesia*. University of California Press.
- Fortes, R. (2007). *Mídia e subcultura do surfe*. Comunicação apresentada no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, Brasil.
- Giddens, A. (2002). *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Irwin, J. (1973). Surfing: The natural history of an urban scene. *Journal of Contemporary Ethnography*, 2(2), 131-160.
- Kampion, D. & Brown, B. (2003). *Uma História da Cultura do Surf*. Los Angeles: Evergreen.
- Maffesoli, M. (2007). Société ou communauté. Tribalisme et sentiment d'appartenance. *Corps et culture*, (3).
- McCracken, G. (1986). Culture and consumption: a theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of consumer goods. *Journal of consumer research*, 71-84.
- Moutinho, L. (1987). Consumer behavior in Tourism. *European Journal of Marketing*. 21 (10), 5-44.
- Pearson, K. (1977). *Surfing subcultures: a comparative analysis of surf life saving and surf board riding in Australia and New Zealand*. University of New England.
- Pociello C. (1983). *Sports et société approche des pratiques*. Paris: Editions Vigot.