



HAL
open science

Negócios no contra tempo e no contra espaço. Os mercados localizados no litoral: surf-shops e a formação de praticantes de windsurfe

Arnaud Sébilleau

► **To cite this version:**

Arnaud Sébilleau. Negócios no contra tempo e no contra espaço. Os mercados localizados no litoral: surf-shops e a formação de praticantes de windsurfe. Tomo, 2018, janv./ juin (32), pp.71-98. 10.21669/tomo.v0i32.8837 . hal-03373501

HAL Id: hal-03373501

<https://nantes-universite.hal.science/hal-03373501>

Submitted on 2 Jun 2022

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License



Revista TOMO
ISSN: 1517-4549
revistatomo@gmail.com
Universidade Federal de Sergipe
Brasil

Sebileau, Arnaud
Negócios no Contra Tempo e no Contra Espaço.* Os Mercados Localizados
no Litoral: Surf-Shops e a Formação de Praticantes de Windsurfe**
Revista TOMO, núm. 32, 2018, Janeiro-Junho, pp. 71-98
Universidade Federal de Sergipe
Brasil

- ▶ Número completo
- ▶ Mais informações do artigo
- ▶ Site da revista em redalyc.org



Negócios no Contra Tempo e no Contra Espaço.* Os Mercados Localizados no Litoral: Surf-Shops e a Formação de Praticantes de Windsurfe**

*Arnaud Sebileau****

Resumo

Partindo de uma enquete de vários anos sobre a população de praticantes de windsurfe, este artigo almeja mostrar quais são os determinismos que singularizam aqueles que investem na produção de uma oferta de mercado especificamente destinada aos adeptos desta atividade. A análise de suas trajetórias, de suas posições no campo esportivo do windsurfe, e dos seus posicionamentos éticos sobre o mundo social permite explicar que suas entradas no mercado de turismo esportivo não respondem exclusivamente à busca de lucros econômicos, mas, também, à busca, mais distintiva, de uma estilização de seus modos de vida. Associados a um modo de vida no contra tempo e no contra espaço das pessoas ordinárias, seus recursos culturais diferenciados explicam também como eles garantem a mediação entre uma oferta de serviços e produtos de windsurfe localizada à beira-mar e uma demanda de praticantes de windsurfe cuja proveniência pode, por vezes, ultrapassar as fronteiras nacionais.

Palavras-chave: Windsurfe; Mercados Locais; Turismo Esportivo; Trajetórias de vida; Visão de Mundo

* Artigo traduzido por Marina de Souza Sartore.

**No português, windsurfe também recebe o nome de prancha à vela.

*** Professor do *Institut de formation en éducation physique et en sport d'Angers*, França. Doutor em Sociologia pela Universidade de Nantes, 2005. E-mail: asebilea@uco.fr

Businesses in Time-Space Oppositions Coastal Markets: Surf Shops and Social Framings for Windsurfers

Abstract

This article is based on a research undertaken on the population of windsurfers for several years aiming to bring to light the determinant factors that particularize those who invest in the construction of the market's offer specifically oriented to windsurfers. The analysis of their life trajectories, their positions in the windsurfe sports field, and their ethical worldviews about the social world, give the basis to affirm that their entries in the sports tourism market are not oriented exclusively to the pursuit of economic profits, but also, to a more distinctive pursuit of some stylization of their ways of life. Having a way of life considered different from ordinary people, for it's based on the counter-time and counter-space, their different cultural resources also explain how they guarantee the link between windsurfe services and products' supplies, located on the seafront, and a demand from windsurfers, which can, sometimes, exceed national borders.

Keywords: Windsurfe, Local Markets, Sports Tourism, Life Trajectories; Worldviews

Des Commerces à Contre Temps et Contre Espace Des Marchés Localisés en Bord de Mer: Surfs-Shops et Encadrements pour Véliplanchistes.

Resumen

Partant d'une enquête de plusieurs années sur la population de véliplanchistes, cet article vise à montrer quels sont les déterminismes qui singularisent ceux qui, parmi eux, s'investissent dans la production d'une offre marchande spécifiquement destinés aux adeptes de cette activité. L'analyse de leur trajectoire, de leur position dans le champ sportif de la planche à voile, et de leurs prises de positions éthiques sur le monde social permet d'expliquer que leur contribution à l'instauration de marchés du tourisme sportif ne répond pas exclusivement à la recherche de profits économiques, mais bien aussi à celle, plus distinctive, de la stylisation de leur conduite de vie. Associées à un mode de vie à contre temps et contre espace des gens ordinaires, leurs ressources culturelles différenciées expliquent aussi comment ils assurent la médiation entre une offre des produits et services pour la planche à voile, localisée en bord de mer, et une demande des véliplanchistes dont la provenance peut parfois dépasser les frontières nationales.

Mots-clé: planches à a voile, marchés localisés, tourisme sportif, trajectoires de vie, visions du monde

Introdução

A enquete etnográfica sobre os praticantes de windsurfe franceses e estrangeiros, apresentada e analisada aqui, foi realizada inicialmente entre os anos de 1998 e 2005 e segue sendo desenvol-

vida até os dias de hoje. A enquete visa identificar os fundamentos sociais dos mercados localizados à beira-mar que conectam a oferta e a demanda feitas em torno das atividades voltadas “para” e realizadas “pelos” praticantes de windsurfe: prestação de serviços em termos de ensino e iniciação à prática de windsurfe; fabricação, e/ou venda, e/ou locação de equipamentos e de materiais¹.

Destinados aos praticantes de windsurfe como clientela específica, esses mercados sobre os quais se debruça esta enquete têm por particularidade o fato de estarem correlacionados à sazonalidade e ao fluxo de “turistas” de praia de origem local e/ou internacional².

Para explicar a sociogênese desses mercados, às vezes internacionalizados, mas cujo enraizamento à beira-mar é sempre uma singularidade, a proposta deste artigo consiste em dar conta simultaneamente da visão de mundo que estes mercados sustentam, a partir do relato das trajetórias sociais, escolares, profissionais e geográficas daqueles que formam e instituem a oferta, assim como dos efeitos do campo que determinam seus investimentos diferenciados neste setor profissional.

Associando entrevistas de profundidade, observações de campo, reconstrução de trajetórias biográficas e de mobilidades ge-

1Como destaca Passeron (2006), “um sistema de diferenças esconderá sempre um outro”: ao longo da pesquisa com os praticantes de windsurfe, a aparição de características pelas quais uma parte desta população inicial se distinguiu, nos conduziu a alterar o nosso objeto e a escolher “outro enquadramento de conhecimentos”: não mais apenas os usos esportivos do mar, mas também as relações de força e de sentido sustentadas pelas estratégias que visam explicitamente a moradia “à beira-mar” e a participar de uma oferta exclusivamente orientada para os praticantes de windsurfe.

2A enquete foi conduzida inicialmente em 4 municípios do País de la Loire: La Baule; Saint-Brévin-les-pins; La Tranche-sur-mer e Saint Denis d’Oléron. A reconstrução das biografias de outros praticantes de windsurfe nos fez, por outro lado, ultrapassar as fronteiras da região, até mesmo da própria França, na medida em que a mobilidade deles é também evidenciada a partir de um estilo de vida em que eles, de maneira desigual, fazem valer ao valorizar o número de países e praias visitadas. Nós também encontramos em nosso painel de biografias praticantes cosmopolitas de windsurfe: suíços, alemães, espanhóis, brasileiros, norte-americanos e suecos.

ográficas, a pesquisa realizada tem o objetivo de compreender a sociogênese tanto da definição e da produção de uma oferta de mercado de produtos e serviços, propostos aos praticantes de windsurfe no litoral, quanto das condições sociais de possibilidade do encontro entre oferta e demanda não somente situada socialmente, mas também localizada no litoral.

Em um primeiro momento, o artigo tratará dos traços distintivos que caracterizam socialmente esses agentes e se traduzem pela sua instalação profissional e doméstica nos municípios litorâneos onde eles podem fazer valer a sua ética de controle do espaço e do tempo conforme o seu mundo e o seu ritmo de vida³; em um segundo momento, o artigo ressalta os efeitos específicos do campo esportivo que separa e diferencia os atores sociais em termos de trajetórias, de modos de entrada no campo, mas, também, de posições ocupadas na produção de uma oferta turística localizada; enfim, em um terceiro momento, demonstrei os efeitos seletivos e eletivos que as relações de força e de sentido, localizadas na economia turística, exercem justamente sobre os atores do campo e no seio da qual eles podem impor de maneira desigual a oferta mercadológica e profissional na qual estão interessados⁴.

À beira-mar, seus lucros distintivos e as mobilidades dos detentores da oferta

Além do fato de viverem dos mercados relativos ao windsurfe, os praticantes de windsurfe que compõem a população da en-

3A população de alguns dos municípios estudados se multiplicou por quatro durante o verão, fato que demarca os tempos fortes e os tempos fracos. Para uma antropologia das variações da estação, ver Mauss (1950). Sobre o tempo como construção social, ver Bourdieu (1972).

4A contribuição de uma atividade esportiva para a economia turística não é “nova”: Maurice Halbwachs menciona, desde 1938, a promoção dos esportes pela indústria turística (Halbwachs, 1970).

quiete se caracterizam, em primeiro lugar, pelo gosto pelo mar, seus usos recreativos, e a maneira ostentatória através da qual eles destacam seus estilos de vida, dando valor à beira-mar como local de residência. Socialmente situados nas frações intermediárias e superiores, os praticantes de windsurfe têm por singularidade tanto o não pertencimento às frações mais providas econômica e culturalmente (como são, majoritariamente, os praticantes de vela em alto mar, de cruzeiros e de vela ligeira olímpica, por exemplo) quanto a distância social de populações com menos posses, como os trabalhadores (*ouvriers*) que estão sub-representados neste campo; cultivam a distância dos outros pela ligação que possuem com o mar e com a vida perto dele⁵. Enunciados pelas entrevistas biográficas, esses julgamentos sobre eles mesmos e sobre suas “escolhas de vida” se formulam também a partir de discussões mais informais realizadas entre os praticantes do windsurfe ou em outros agrupamentos coletivos nos quais se exprimem de maneira anedótica, e *a priori* insignificante, os pontos de vista mais fundamentais que estabelecem uma estilização esportiva e higiênica de sua existência perto da natureza:

Para mim, viver à beira-mar é muito importante. Eu posso ir ver o mar toda hora: eu moro a quatro minutos do mar, eu pego a minha bicicleta e vou lá quatro vezes por dia em função da maré, em função do vento (Yann, 34 anos, praticante de windsurfe desde os nove anos e ex-professor esportivo de vela, atualmente professor de ciência tecnológica em um estabelecimento escolar privado de uma “cidade do litoral”⁶).

Considerado por eles como um privilégio, viver sobre a “costa” ganha um sentido e um valor quando percebemos esta evocação

⁵Para se ter uma ideia das relações de classe que estão em jogo nas maneiras diferenciadas de se vestir para as práticas esportivas, ver Bourdieu (1979). Mais recentemente, ver Loirand (1989). Para as frações sociais engajadas, mais especificamente em navegação à vela, ver Créac’h (2003).

⁶No original, “*station balnéaire*”.

em oposição distintiva à vida na cidade, quer dizer, daqueles que vivem na cidade e que, deste modo, eles colocam à distância:

A cidade é grande, as paisagens são sempre as mesmas e ainda... também se trata de escolher o lugar aonde você quer estar: nós convivemos com pessoas da cidade que vêm aqui de férias, por mais que eles vivam bem, não significa que eu tenha vontade que meus filhos vivam como eles. Há lugares onde é bom viver e outros onde se pode abandonar. Nós, em relação a isto, à costa, em um balneário, nós estamos um pouco no “fim do mundo”, mas eu me sinto muito mais privilegiado (Eric, 33 anos, praticante de windsurfe desde os 14 anos, educador esportivo em um centro náutico).

Assim, mais do que uma simples experiência estética da natureza, as práticas esportivas dos praticantes de windsurfe são indicadores, dentre outros, da distância que eles tendem a manter da densidade urbana e da pluralidade de práticas culturais que ela oferece em detrimento das quais eles preferem, os enquadramentos espaciais e temporais balneários que, para eles, são opostos à vida na cidade. O distanciamento do mar significa também a impossibilidade espaço-temporal de navegar, que é uma característica de todos aqueles que, em oposição a eles, não podem valorizar a disponibilidade cotidiana para a navegação.

No discurso do conjunto dos praticantes de windsurfe de nossa enquête é assim, para todos que moram à beira-mar isto aparece sob a forma de uma “escolha de vida” e sob a forma de uma mobilidade que os levou a se instalarem em uma cidade do litoral e/ou a não deixá-la, no caso em que são dali originários:

O objetivo era de morar perto do mar e apenas navegar. Eu abandonei tudo por isso: eu era professor substituto o que me possibilitava períodos livres para navegar, era uma ótima escala de horários. Mas rapidamente eu disse a mim mesmo que eu devia parar de ser professor para fazer ape-

nas isto (navegar). Depois, eu me coloquei à disposição para trabalhar como monitor e como vendedor em uma loja para poder viver aqui (Marc, 43 anos, praticante de windsurfe desde os 16 anos, ex-monitor sazonal, residente permanente em Oléron).

Essas formas de depreciação entre os praticantes de windsurfe, opondo-se aqueles que têm menor chance de estarem disponíveis assim que o vento sopra, dissimulam, sob a forma de julgamentos esportivos, os julgamentos de classe sobre aqueles que são submetidos a condições de vida no seio das quais se afastar da vida ordinária e de seus enquadramentos espaço-temporais é menos possível. As propostas de Pierre, 25 anos, são, neste sentido, sintomáticas. Ele é competidor, vendedor em um surf-shop, faz testes de prancha de windsurfe para um fabricante, e, desde então, é administrador de uma loja de varejo de material náutico localizada em um balneário de 15.000 habitantes. Enquanto ele desqualifica os praticantes de windsurfe que vivem distante do mar, pois eles são, segundo ele, impedidos de “fazer aulas”, ele também possui um julgamento crítico sobre as poucas chances de se distinguirem no windsurfe devido ao fato de terem menor disponibilidade para treinar, mas também à capacidade desigualmente distribuída para escolher um estilo de vida e um estilo de esporte que escape dos limites temporais e espaciais, como o windsurfe, ao contrário de esportes, de profissões e de lugares de vida obedientes à temporalidade coletiva e, portanto, comuns:

É o que há de mais ignóbil, ser professor de pranchas. Por mais que eu goste, em geral eu gosto de conversar com os praticantes experientes quando eu vendo o material a eles, mas ensinar windsurfe, eu acho isso uma completa estupidez. Como também fazer aulas de windsurfe, eu acho isso uma completa estupidez. A prancha, não é como aprender a colocar uma bola em um nicho, hein. Se você tem necessidade de fazer um curso de pranchas, em geral, é porque você é ridículo, hein. São, são os parisienses, sim, eles, eles que têm necessidade de fazer aulas de prancha. Ou ainda os

que são nascidos em Nantes, hein. Mais, o cara que é verdadeiramente apaixonado, dando um gás 2 vezes sozinho, enfrentando as dificuldades, ele vai aprender 10 vezes mais do que em 3 semanas de aula.

Mantendo uma distância aristocrática da necessidade material e econômica, e o fato de viverem no contra tempo e no contra espaço⁷, os praticantes de windsurfe de nossa enquete não escapam do peso dos determinismos através dos quais a sua socialização se produz: definido por uma ética do domínio do tempo e do espaço tanto na mobilidade geográfica, nas estratégias das carreiras profissionais e nos gostos esportivos, as suas visões de mundo, que se expressam na produção de um estilo de vida encontram seus princípios nas trajetórias escolar, familiar e esportiva⁸.

Nesse espaço social no qual se cultiva a distância dos outros e das determinações sociais, a mobilidade é tanto mais distintiva quanto mais ela se aplica com amplitude: ao cosmopolitismo aristocrático desses fabricantes de pranchas que, de origem suíça, alemã, italiana, francesa, vão abrir as suas pequenas lojas no Havaí, nas Ilhas Canárias, que se opõem a não transposição das fronteiras nacionais dos artesãos, comerciantes, educadores esportivos que, menos inseridos nas redes transnacionais, menos

7 Neste artigo, as expressões “contra tempo” e “contra espaço” correspondem, respectivamente, em termos temporais, ao período de férias que nas cidades litorâneas significa um período intenso de atividades para a maior parte da população que vive nestes lugares; em termos de espacialidade, a expressão se refere ao aumento da densidade populacional nestas cidades litorâneas, em detrimento da desertificação dos centros urbanos. Ou seja, as noções de contraespaço e contratempo são utilizadas aqui como definições de um tempo e um espaço vivenciados como contraponto ao ciclo do tempo e ao lugar das grandes cidades do trabalho, do mercado e do consumo e que nos tempos de férias se tornam lugares de intensa movimentação de pessoas e de intensa atividade econômica.

8 Nossos entrevistados são todos homens, fato que coloca em jogo a relação mantida com o trabalho, diferentemente do que se comprova para as mulheres, como demonstrou de maneira geral Christian Baudelot e Michel Gollac (2003). Sem dúvida, considerando os dados biográficos que nós pudemos levantar, as histórias conjugais, e até mesmo as estratégias matrimoniais, contribuíram também para o enraizamento em um lugar em detrimento de outro.

dotados de competências linguísticas e menos dotados de recursos econômicos, têm uma amplitude de mobilidade mais restrita e não podem fazer os mesmos usos distintivos.

Pensemos por exemplo neste artesão-shaper suíço, Peter Thommen, nascido em 1959, cujos pais possuem dupla nacionalidade, alemã e suíça, crescendo assim em uma família bilíngue. Ele começa a praticar windsurfe por volta de 15 anos e, depois de conseguir o diploma de uma escola de negócios, se arrisca no jornalismo econômico e político e começa a viajar para navegar: partiu para o Havaí pela primeira vez há 20 anos, lá, ele iniciou a fabricação de pranchas junto a fabricantes americanos, retornou à Europa, se instalou na Itália às beiras do lago de Garde, onde ele montou o seu primeiro ateliê. Ele retornou em seguida ao Havaí, onde trabalhou para outros *shapers* e viajou novamente para se instalar em uma comunidade ao sul da França, no litoral mediterrâneo: lá, ele fundou outro ateliê e começou a fabricar e a vender suas pranchas para uma elite de competidores internacionais. Sempre preocupado em aliar a condução de seus negócios com a possibilidade de navegar, ele vai se instalar no Havaí no final dos anos 2000. Mas, por detrás da fachada desse pequeno artesão localizado à Maui Island, se situa, na verdade, um mercado internacionalizado: este *shaper* difunde as suas pranchas intermediado por distribuidores na Itália, na Grécia, na Holanda, na Inglaterra, na França e nos países escandinavos, assim como no Canadá e nos Estados Unidos.

Empreendedor trabalhando em um mercado com dimensões internacionais (mesmo que se dirija a uma demanda “microcós-mica”), Peter é uma testemunha constante desse modo de vida distintivo que alia o controle do espaço e o controle do tempo:

Eu quero apenas gerir os meus negócios. É desta maneira que eu me organizo e que eu vivo a minha vida. A maior parte do tempo, eu escolhi viver e trabalhar onde eu quero. Se eu quero trabalhar na França, é necessário que eu aprenda

a trabalhar na França. Se eu quero trabalhar em Maui, é necessário que eu aprenda como trabalhar em Maui. A maior parte do tempo, eu trabalho no ateliê de manhã e tento ir navegar depois do meio-dia. Principalmente para testar as minhas pranchas⁹.

Esta maneira de cultivar a independência se baseia nos recursos internacionais dos quais não dispõe esse outro artesão-shaper que mora no balneário onde nasceu e não viaja, a não ser no período de suas férias de inverno. Filho de comerciantes locais (do setor de alimentação), Victor se iniciou no windsurfe em 1978 e, depois de uma formação na faculdade de economia, criou o seu surf-shop em 1984. Não inserido nas redes de produção, de venda e de competição internacional, ele deixou progressivamente a fabricação artesanal para se concentrar, nos anos 2000, sobre o comércio de equipamentos voltado para uma clientela “local” com a qual ele busca “tecer laços fortes”.

Possuindo, *a priori*, o mesmo discurso no qual os usos recreativos da natureza e os seus mercados estariam no fundamento de uma ética de vida que perpassa a simples busca do lucro econômico, Peter e Victor diferem pela sua mobilidade. O primeiro circula sem cessar de um lado a outro do mundo, enquanto o segundo reserva as suas viagens sob os trópicos para as suas semanas de férias de janeiro: o uso distintivo que eles fazem de seu controle diferenciado do tempo e do espaço não é de mesma ordem, do mesmo modo que o reconhecimento e os recursos simbólicos dos quais eles dispõem não se baseiam sobre as mesmas trajetórias no universo do windsurfe.

Para além dessas disposições socialmente constituídas também é a posição ocupada no espaço do windsurfe que, produto de suas histórias de vida e esportivas, condiciona o espaço de possíveis profissionais que se abrem para eles e, portanto, condi-

9 Disponível em <<https://www.americanwindsurfeer.com/articles/peter-thommen-master-shaper/>> Acesso em 09 de Janeiro de 2018.

ciona a definição diferenciada segundo os seus recursos específicos, tomando forma de carreiras e de mobilidades geográficas distintas no mercado do windsurfe em dimensões desiguais: regional, nacional e transnacional. Entre esses recursos, o capital esportivo contribui também para explicar não somente os empregos a partir dos quais os praticantes de windsurfe podem ter de chances de ganho, mas, também, os mercados nos quais eles investem (Weber, 1995).

Capital esportivo, efeitos de posições e profissionalização nos mercados para os praticantes de windsurfe

O que esses praticantes de windsurfe instalados e profissionalizados no litoral dizem quando eles explicam que as práticas esportivas que desenvolvem “orientaram a vida deles” não deve ser entendido como algo óbvio: isto seria atribuir apenas à dimensão do gosto por um esporte as determinações que explicariam por ela mesma [pela dimensão do gosto¹⁰] as trajetórias profissionais e geográficas deles.

Indo além dessas formas retrospectivas de explicações em si mesmas, a socialização familiar e a trajetória de formação explicam as suas predisposições de modo a favorecer a vida à beira-mar, como também em privilegiar as atividades de serviços, artesanato, comércio, que, de maneira mais geral, são consideradas “independentes”.

Para a maioria dos indivíduos que constitui a nossa amostra, o mar foi descoberto pelo intermédio de incitações e de oportunidades familiares e, por vezes, mais raramente, pelo viés da escola e pelas aulas marítimas¹¹. Entre os 14 indivíduos acompanhados por mais tempo durante a enquete (por quase 15 anos), dois

10 Palavras incluídas nesta versão traduzida

11 No original, “Classes de mer”.

descobriram o mar mais jovens, na ocasião de aulas marítimas e colônias de férias, e 12 graças às residências de férias da família. É nesse quadro de socialização extracotidiano que são construídas as perspectivas de uma moradia e de uma profissionalização em uma cidade do litoral:

Eu passava menos tempo em Nantes do que aqui. É aqui que verdadeiramente nós nos tornamos todos amigos, com a prancha, não em Nantes. Antes de termos a permissão [para navegar], eram os nossos pais que nos traziam aqui e nós passávamos o tempo juntos, para ir navegar ou ir às casas de uns e de outros. Depois, quando tínhamos a permissão, vínhamos às vezes todos sozinhos, sem os pais, e ficávamos em uma das casas. Eu, durante a semana, era tudo o que eu esperava, eu tinha pressa para chegar o próximo final de semana ou as próximas férias (Jacques, 27 anos, monitor sazonal, praticante de windsurfe desde os 16 anos, vive na casa de férias da família).

Tendo oferecido a eles uma alternativa ao cotidiano durante os anos de escolaridade e estudos, esse capital de propriedade, por vezes herdado, favoreceu também a ocupação em empregos de verão e a descoberta das “temporadas” antes mesmo que eles pensassem em um enraizamento definitivo no litoral (Vincent, 2007; sobre a história do turismo balneário). Essa fase transitória, constituída de formações diversas, de empregos ocasionais e de um horizonte temporal obscuro em relação ao ritmo de ascensão conhecido pela família de origem foi, por vezes, aquela do abandono relativo do futuro profissional, tal como os seus familiares e/ou eles mesmos podiam imaginar, como diria Bourdieu (1996) sobre a relação entre o trabalho e o futuro. Cultivando a independência, preocupados em conservar um domínio distintivo sobre os seus tempos e seus futuros, os praticantes de windsurfe desta pesquisa viram na vida em um balneário as chances de um futuro social menos contingente, mais controlável simbólica e socialmente, e isto dentro de um enquadramento geográfico conforme as suas aspirações esportivas e recreativas de uma morada distintiva no contra espaço e no contra tempo, bem como de uma

vida material ou profissional na qual eles dominam as condições espaços-temporais, como quando se trata de “trabalhar na estação” para se beneficiar de uma disponibilidade durante o resto do ano, como diria Weber (1996) sobre a relação entre *habitus* físico e sua influência sobre a “ação racional” e a condução da vida.

Por essa perspectiva, para aqueles que se beneficiam de uma estabilidade material sobre o futuro, favorecendo uma distância das necessidades materiais e econômicas, trabalhar apenas uma parte do ano em empregos subalternos não é vivenciado como uma precariedade: esta ideia se baseia em uma reivindicada inversão das normas de vida entre trabalho e não trabalho, a conquista profissional e a conquista da vida privada, permitindo uma “expressão socialmente legítima ‘do humor institucional’ que advém da sua situação real” (Hervieu, Léger, 1983). É, por exemplo, o caso de Claire, ex-modelo em Paris durante 13 anos, que herdou a casa de verão da família e que vive de trabalhos temporários para poder ficar [no litoral] após o término da temporada quando então tira as suas férias: monitora de vela, vendedora de sorvete, empregada em uma locação de bicicletas, trabalhadora em uma loja de laticínios, de decoração de interiores e de jardinagem:

Eu estou bem aqui. Você sabe, quando se tem uma casa que é sua, quando você tem um dinheiro guardado, não se tem muitas necessidades. Às vezes, eu me canso do trabalho temporário, do “bico” na usina. Mas bem, no inverno, quando faz frio, eu vou para o calor. Eu estou bem deste jeito.

Essa postura ética é compartilhada pelo conjunto de pesquisados, mesmo se a sua tradução objetiva, em termos de trajetória profissional, difere. Situados no balneário, esses “neururais¹²” condi-

12 Os neururais analisados por Danièle Hervieu e Bertrand Léger se caracterizam também por posições contraditórias (*porte-à-faux*), ou seja, caracterizados por uma situação paradoxal relativa aos seus discursos que podem parecer contradizer as suas reais condições de vida.

cionaram seus futuros profissionais à possibilidade de morar lá: o poder de decidir sobre os seus tempos e o local onde passam o seu tempo de não-trabalho lhes permite afastar a estreiteza de seus horizontes profissionais e os leva a se submeterem a trabalhos pouco afastados “do litoral”, mas também pouco prestigiados na mediação cultural (encontramos na nossa população professores de Educação Física, de tecnologia em estabelecimentos de Nantes, ou em comunidades próximas do litoral, na prestação de serviços de pouca exigência técnica – serviço de podas em árvores, faxina). É apenas através de seus recursos esportivos, acumulados enquanto praticantes de windsurfe, associados a outros recursos culturais específicos, que eles investem mais particularmente nos mercados especificamente destinados a atender a uma demanda advinda de praticantes de windsurfe, se tornando comerciantes e/ou artesãos fabricantes de prancha à vela; professores esportivos e responsáveis por centros náuticos. A entrada nesse tipo de atividades dependentes dos fluxos e da temporada turística é correlacionada aos seus passivos de competidores e ao capital simbólico acumulado durante as suas carreiras.

Em nosso grupo de entrevistados, os educadores esportivos não se caracterizam nem por seu forte nível competitivo, nem pelo seu nível de formação: portadores e herdeiros de um pequeno capital cultural, quando comparado aos competidores de melhor nível que parecem separar futuro profissional e vida esportiva, suas entradas na carreira de educadores esportivos e/ou chefes de base advêm mais das estratégias de acumulação de um capital simbólico ligado a uma estilização da condução da vida do que a uma rentabilização dos títulos esportivos que eles não conseguem fazer ter valor.

Dito de outra maneira, nesse campo esportivo, como em todo espaço de concorrência no que tange a excelência corporal, os praticantes de windsurfe que atuam como educadores esportivos e/ou chefes de base, encontrados ao longo de nossa pesqui-

sa, ocupavam uma posição esportiva relativamente dominada. Quando eles apresentavam qualquer sucesso em uma competição, suas situações eram o produto de uma trajetória declinante no momento quando os limites para diminuir a competição como prioridade se impuseram a eles e tiveram que focar em estabilizar o seu futuro profissional.

Como podemos ver no esqui, alguns competidores de renome podem então usar de seu nome para difundir os seus negócios e o seu comércio (muitas vezes de clubes de vela), principalmente nas mídias especializadas, mas, também, a partir dos eleitos pelas coletividades onde eles colocam as suas atividades. Dito de outra forma, no caso do windsurfe, as suas posições no campo do windsurfe contribuem para explicar as suas orientações, se não, as suas bifurcações em um espaço de oferta de serviços aos turistas praticantes de windsurfe.

Quando eles acumulam menos vitórias em competição do que um capital cultural específico ligado à fabricação de equipamentos, como é o caso dos artesãos-shapers de nossa pesquisa, suas trajetórias profissionais e geográficas e seus enraizamentos em um balneário é concomitante a suas contribuições a um mercado local de fabricação e venda de material:

Antes, eu vivia na cidade. Eu era repositior, vigia, eu trabalhava de noite e dava uma mãozinha em uma loja de prancha. Isso me dava bastante tempo e assim, aos poucos, eu comecei a vender pranchas que eu mesmo fazia, então eu montei meu ateliê e me instalei aqui à beira-mar. É mais fácil de viver e à beira-mar, se vive melhor. Eu, se há vento depois do almoço, eu vou navegar, você é mais livre, você faz o que quer: se não quer trampa, não trampa. (Yves, 43 anos, gerente de um surf-shop, pratica windsurfe desde os 20 anos, residente permanente à beira-mar, originário de Perpignan, viveu dois anos em Djibouti. Seus pais comerciantes lhe enviavam sistematicamente para aulas marítimas, para estágios de vela durante o verão, para colônia de férias).

É de fato um capital simbólico que, produto da acumulação do capital esportivo, do capital de informação e do poder econômico dos quais dispõem de maneira desigual os praticantes de windsurfe, se permite compreender o posicionamento sobre os mercados cuja estruturação é internacional na medida em que seu reconhecimento é internacional e, ao inverso, menos extensa quando eles não pertencem ao espaço da elite competitiva e aos seus mercados específicos. Essas diferenças se materializam em um espaço localizado de concorrências pela captação de uma clientela de windsurfe. No Havaí, por exemplo, a fabricação artesanal de pranchas é concentrada em Haiku: lá se encontram as marcas reconhecidas internacionalmente, pois são utilizadas pelos melhores competidores mundiais¹³. A essa localidade na qual o cosmopolitismo é o produto da história de migrações para o arquipélago, nós podemos opor os balneários cuja difusão, no que concerne aos mercados destinados aos praticantes de windsurfe que raramente ultrapassam as fronteiras de seus territórios regional e/ou nacional principalmente porque eles não foram objeto de uma divulgação feita por um competidor de elite e/ou por organizadores de eventos de dimensões nacionais ou internacionais.

A título de exemplo, os municípios que nós pesquisamos na França não foram objeto de um trabalho de promoção específica que poderia fazer do vento e das ondas “recursos territoriais específicos”, como pode ser o caso de outras localidades (Cf. Guibert, 2011). Ainda assim, não é suficiente apenas possuir títulos esportivos para valorizar um território para uma clientela potencial interessada no esporte em questão (Guibert, 2014). Além do capital

13Nós podemos citar o exemplo de Leucate, na região de Languedoc Roussillon, na França, cuja promoção é quase que exclusivamente orientada pelo evento “O mundial do vento” (*Le mondial du vent*), no qual o diretor esportivo é um antigo campeão do mundo, recordista em velocidade no windsurfe. Originário do norte da França, ele chegou à Leucate e promove o evento, o município, os espaços de navegação, tendo, assim, para além de sua carreira, sua posição de competidor de renome ou, mais precisamente, seu “nome” de competidor mais do que seu valor atual de competidor, que é desvalorizado pelas performances das novas gerações.

esportivo, que é pouco dotado de valor para os outros mercados, senão aqueles nos quais se reconhece a excelência corporal, os recursos informacionais (quer dizer, culturais), a base social e o capital simbólico, que são os seus produtos acumulados, permitem também compreender como se constituem estes mercados, mas, também, sua dimensão desigual e, mais precisamente, a extensão geográfica no seio da qual se pode encontrar a sua demanda¹⁴. Se parece evidente que, no que tange a esses mercados especificamente orientados para e pelos praticantes de windsurfe, a demanda se situa mais acentuadamente “à beira-mar”, as chances de sucesso desses promotores de uma oferta mercadológica fica dependente das condições locais de seus encontros com uma demanda que não se coloca espontaneamente em um local: dito de outra forma, os mercados relativos ao windsurfe dependem também das capacidades de suscitar de maneira permanente uma demanda local de modo que possa atendê-la.

Recursos informacionais, capital social e acesso aos mercados

Há outro ponto que distingue o grupo de pesquisados: se a moradia à beira-mar é acompanhada de estratégias de carreiras, a relação mantida com o trabalho e ao futuro profissional não se objetiva para todos pelo fato de entrar na concorrência para a detenção de uma oferta e a captação de uma demanda. Dito de outra forma, nessa economia do turismo esportivo na qual eles investem, alguns preferem o status de subordinado nas relações de trabalho, vivendo sobre o modo da não-responsabilidade (quer dizer, de uma forma de “liberdade” e de distância aos constrangimentos e notadamente dos empregadores), quando outros investem nitidamente no status de independência garantida pelo cargo de comerciante, artesão ou

14 É muito mais a estrutura de apropriação de capitais (do que o volume individual de um capital que é eficiente em si mesmo) que, somados uns aos outros, sendo possuídos de forma desigual, explicam as diferenças sociais. Sobre este ponto, ver Bourdieu e Wacquant (1992).

dirigente de um SARL¹⁵: são eles que definem a oferta que, em cada caso, é situada geograficamente e também dentro de uma história social localizada (Cf. Guillaud, 2017; Culturello, 2002).

Buscando pela assimilação física da oferta a um ateliê, uma loja, um clube de vela, uma empresa, o encontro entre os detentores dessa oferta e a demanda de praticantes de windsurfe se localiza necessariamente em uma coletividade, ou, mais precisamente, em um estado, em cada caso singular, de relações de força e de sentido relativos à definição política de economia legítima. Em nosso grupo de pesquisados, os artesãos comerciantes são os que menos levantam demandas junto aos políticos locais: a abertura de seus ateliês e/ou de suas lojas não exige o aval eventual de um político. Resta os detentores de surf-shops e/ou de ateliês de fabricação de pranchas e de consertos de pranchas que, por exemplo, investem em um espaço de mercado no qual está em jogo a definição legítima das pranchas e das velas que, objetos da concorrência entre consumidores, condiciona sua regeneração e em retorno exerce seus efeitos sobre o estado de concorrência no espaço da oferta.

Sob as limitações de ciclos de regeneração dos equipamentos impostos pela indústria, seus pequenos artesanatos locais podem sofrer um declínio: se eles não se beneficiam de recursos suficientes para renovar e modernizar a oferta de equipamentos imposta pela indústria, eles podem ser levados a fechar os seus ateliês, a se reconverterem ou a procurar em outros lugares condições nas quais a concorrência é menos forte e o mercado mais “aberto”¹⁶. É o caso de Loïc, 46 anos, cuja trajetória profissional

15 SARL: Sociedade de Responsabilidade Limitada. No Brasil, Sociedade de Responsabilidade Limitada (Ltda).

16 Evidentemente, a demanda local às vezes não é a única da qual vivem os artesãos que, ocasionalmente, vendem os seus modelos às indústrias que neles se inspiram e produzem pranchas mais baratas, mas com bom desempenho. Este fato, pouco a pouco, em um espaço de vinte anos, quase fez desaparecer o artesanato. Sobre este ponto ver Sebilleau (2014). Durante a nossa enquete, um shaper fechou o seu ateliê depois de 18 anos de existência: instalado inicialmente em Nantes, depois em Baule, ele vai sofrer a queda das vendas de pranchas artesanais e cessar sua atividade para ir trabalhar na reforma de barcos em uma cidade portuária de um país da África do Norte.

é também uma trajetória de mobilidade. Nascido em Nantes, em 1972, seu pai tinha um cargo público superior em uma empresa de telecomunicação e sua mãe era assalariada, ele começou a praticar windsurfe com 12 anos durante os estágios na escola de vela situada a algumas centenas de metros da casa de férias da família, em uma estação balneária no litoral do Atlântico.

Durante o fim de sua formação escolar e o começo de sua formação superior (ele possui uma formação de *Brevet Technicien Supérieur* (BTS) em construção naval em Saint Nazaire), ele se instalou na casa de férias e, mais do que navegar cotidianamente, ele começou a vender pranchas fabricadas na garagem de seus pais. Sucessivamente, por muitos anos, ele viajou algumas semanas durante o verão ou o inverno para Tarifa, uma estação balneária espanhola situada sobre o estreito de Gibraltar, para Guincho em Portugal e Essaouira no Marrocos.

No final dos seus estudos, diante dos artesãos-shapers que se instalaram no litoral e que o ameaçaram de processá-lo por concorrência desleal, e diante de um contexto de baixa generalizada das vendas de pranchas, ele se mudou para a Espanha, Tarifa, se tornou, em um primeiro momento, assalariado de um artesão local de quem ele toma o cargo, se tornando co-gerente de uma escola de pranchas. Tal trajetória não é grande coisa quando comparada a do educador esportivo que Loïc encontrou. Chefe de base do clube de vela onde Loïc aprendeu a usar a prancha, Paul nasceu em 1957 advindo de uma família de trabalhadores.

Chegando tarde na navegação, ele obtém a sua licença em vela e em windcar e depois assume a direção do centro náutico associativo no qual ele trabalhou durante 12 anos antes de o deixar em 1998, devido a um conflito latente com a equipe de dirigentes que, progressivamente renovada, quer fazer do clube uma associação esportiva municipal. Enraizado familiarmente no litoral, ele decide então montar seu próprio “surf-shop”: mas, do mesmo modo que Loïc vivenciou a concorrência dos artesãos

da região, Paul vai se submeter à concorrência das outras lojas do local. Ele fechou o seu negócio em três anos e, chamado por antigos colegas que o conheciam e reconheciam nele um valor profissional, ele encontrou um cargo de chefe de base na estação balneária limítrofe, a 10 quilômetros.

Loïc e Paul não se diferenciam apenas do ponto de vista de suas origens sociais, de suas formações e dos efeitos geracionais, que também geram o acesso às atividades de cunho esportivo: eles se distinguem sobretudo do ponto de vista da mobilidade graças a qual um e outro entram nestes mercados (de emprego) do ponto de vista do capital autóctone do qual são providos de maneira desigual¹⁷. Dito de outro modo, se ambos são adeptos dos usos recreativos do mar, se ambos cultivam a arte de viver no contra tempo e contra espaço, se ambos vivem como os outros do mercado do windsurfe, que o instituem ao longo da evolução de suas trajetórias profissionais, eles não o fazem na mesma dimensão e com a mesma capacidade de mobilização, em que eles possam criar, ter e promover uma oferta mais próxima de seus recursos econômicos e culturais específicos.

Seja o fato de ser bilíngue, seja os suportes e a manutenção econômica familiar, Loïc se beneficia de chances que Paul não pôde utilizar, mas este último possui uma pequena rede de interconhecimento local graças a qual ele pôde ter sua posição geográfica e profissional no litoral e ainda tentar impor a sua própria visão de economia associativa aos dirigentes das associações que o empregam¹⁸. Nesse centro náutico municipal onde

17 Se a noção de capital autóctone foi elaborada principalmente para singularizar os recursos graças aos quais as classes populares preservam suas afiliações sociais e participam e contribuem para a vida social local, esta noção também é eficiente para compreender como essas frações intermediárias podem fazer valer suas capacidades de se engajar pelo bem da coletividade, a partir de negociações para impor uma economia construída sobre o modo do ganho para todos, como a do “turismo”, por exemplo. Sobre o capital autóctone, ver Retière (2003).

18 Sobre o bilinguismo como recurso cultural específico e sobre o fato de que a emigração aparece como uma extensão dos possíveis, ver Wagner (2007).

ele trabalha desde então, Paul milita pela diminuição das preocupações competitivas em detrimento da elaboração de uma estratégia comercial centrada no retorno aos turistas: nisto, ele não teve sempre a atenção dos dirigentes eleitos para os quais ele trabalhou, como mostra a sua demissão do primeiro centro onde era chefe de base.

Podemos assim medir a distância que separa os empreendedores do mercado de windsurfe como Loïc e Paul com aqueles que, beneficiários de uma base social ainda mais extensa e de um poder de mobilidade ainda mais importante, que ambos não dispõem, conseguem menos reproduzir e mais iniciar e produzir uma oferta visando a responder a uma clientela internacional onde ela ainda não existe¹⁹. Um tal trabalho de imposição de uma oferta para os praticantes de windsurfe e seus usos recreativos da natureza exige uma base social ampla, notadamente voltada aos agentes e instituições detentores de mídias e de canais de mediações culturais específicas a este universo e ainda mais quando esses captam uma demanda internacional, nacional e não exclusivamente regional e local²⁰.

Ademais, a capacidade de negociar a compra de propriedades, o acesso às praias, eventualmente a abertura de estradas e de meios de comunicação exige a propriedade dos recursos informacionais (e, portanto, de um pertencimento de classe) que sozinhos permitem a discussão, a negociação, até mesmo os jogos de influência com os poderes políticos locais (Cf. Loloum, 2017). O caso desse fundador e administrador de um centro de windsurfe em Jericoacoara, no nordeste do Brasil é, neste sentido, tí-

19 Nesta análise, nós excluímos as questões relacionadas à constituição de entidades profissionais voltadas à gestão esportiva sem desconsiderar os seus efeitos sobre as estratégias de mobilidade internacional. Ver Loirand (2013).

20 Para se ter ideia da maneira na qual, sociologicamente, circulam em um espaço local esportivo em demanda de ofertas distintas e a maneira pela qual se coloca então o "sentido de lugar" dos usos dos clubes, ver Suaud (1989). No que concerne a circulação internacional de ideias, ver Bourdieu (2002).

pico: brasileiro, formado em comércio internacional, praticante de windsurfe, trilingue, ele funda o Clube Ventos, em 1997, no município de Jericoacoara, conseguindo convencer as autoridades locais (compostas elas mesmas de brasileiros formados em escolas de comércio internacional) em apoiá-lo em sua busca de promoção da municipalidade através dos mercados de turismo esportivo. Desde 1998, ele mobiliza as mídias especializadas que fazem a publicidade do Clube dos Ventos, como também de Jericoacoara, para o windsurfe: em 2017, Jericoacoara se tornou, no lugar de Tarifa na Espanha, ou de Santa Maria em Cabo Verde, o destino favorito²¹ para as competições que lá são organizadas e para uma elite do windsurfe brasileira e internacional que vem treinar no inverno²².

Nós poderíamos também citar este outro exemplo de um casal francês que conseguiu instalar no Havaí a sua agência de viagens e sua oferta de estadia usando de uma visibilidade midiática de “viajantes praticantes de windsurfe” nos jornais e nos sites especializados. Nascidos em 1972, em Paris, ambos formados na mesma faculdade de negócios onde se reencontraram em 1992, eles foram pela primeira vez ao Havaí em 1997: nessa ocasião, eles conheceram um campeão de windsurfe local que propôs à mulher do casal sessões de fotografias para a sua marca de vela. Em contato com as fotografias de revista, o casal ganhara reputação a partir do “surf trip” e vendia as suas reportagens fotográficas para a mídia especializada. Sem poder usar de um capital esportivo que ambos não possuem, eles fazem valer o seu “internacionalismo” e a sua “nacionalidade” ao comprar uma casa

21 Esta afirmação decorre do fato de que Jericoacoara é frequentemente citada como lugar de destino predileto dos praticantes de windsurfe de elite que lá vão treinar durante o inverno na França. Para se ter uma ideia, ver por exemplo : <http://www.windsurfe-journal.com/recherche>; neste site, em uma busca pelos últimos 24 meses, aparecem 39 ocorrências do termo « Jericoacoara », sendo 39 vídeos ou artigos que dizem respeito à esta cidade.

22Aqui o autor se refere ao inverno europeu e estadonudense que ocorrem concomitantemente aos meses de verão no Brasil.

no Havaí na qual eles reservaram uma parte para a estadia de turistas franceses (Cf. Wagner, 1998).

Esses tipos de estratégias, que possuídas pelos detentores de recursos eficientes para colocar em relação a uma oferta local (ou, mais precisamente, localizada) e uma demanda internacionalizada, não ocorrem sem contribuir para a desvalorização do capital autóctone do coletivo local, cujo acesso à clientela internacional é mais difícil. Dito de outra forma, entre todos esses agentes que participam da oferta e, em graus diversos e desiguais, em função de suas características sociais, a sua institucionalização e a sua imposição localizada, a diferença se faz do ponto de vista da detenção de capitais culturais específicos como um capital social do qual a base geográfica torna mais ou menos possível a instauração de um mercado no qual a demanda é de origem internacional, nacional, regional e/ou mais exclusivamente local²³.

Conclusão

Partindo de uma população direcionada pela acumulação de características que formam a homogeneidade, a proposta deste artigo consistiu em compreender a sua contribuição para a sociogênese de um mercado específico, cuja oferta está circunscrita pela resposta a uma demanda, que também é restritiva socialmente. Associada ao trabalho etnográfico sobre as singularidades das configurações locais pelas quais praticantes de windsurfe levam as suas carreiras e suas moradias no litoral, a reconstrução das trajetórias de vida dos praticantes de windsurfe em função da acumulação de capitais específicos, de suas desvalorizações potenciais e das mudanças de posição no campo no seio do qual eles investem permitiu, assim, compreender o quê

23 Sobre a característica cumulativa da figura do estrangeiro, do comerciante e do viajante que se aplica bem a estes empreendedores de nossa enquete que se instalam em Tarifa na Espanha ou em Jericoacoara no Brasil, ver Simmel (1984).

nos mercados que eles criam é condicionado pelos processos de diferenciação simbólicos e das relações de dominação engajadas entre frações inferiores e superiores das classes intermediárias.

De um lado, o microcosmo sobre o qual se baseia a nossa sociologia dos mercados localizada para os praticantes de windsurfe é constituído pelos praticantes cujas estratégias de acesso a um emprego visa a converter seu capital cultural específico, adquirido ao longo de sua experiência de praticante, em recurso profissional. Outra singularidade: eles subordinam a sua vida profissional ao domicílio à beira-mar e, quando falam de si mesmos, tendem a se demarcar como detentores de um modo e de um estilo de vida no contra tempo e no contra espaço. O contra tempo e o contra espaço são os traços dos mercados que eles instituem e através do qual eles entram em concorrência tanto pelo monopólio da definição legítima da oferta quanto pela captação local da demanda, definidos de maneira desigual e diferenciada, segundo os seus recursos sociais, culturais econômicos e simbólicos²⁴. Está lá, sem dúvida, a dificuldade e o desafio maior de uma sociologia dos mercados relativos aos usos recreativos do litoral e da praia: compreender as determinações que encontram seus princípios na história nacional das políticas municipais e se traduzem no estado local de relações de força e de sentido no que tange a política municipal no seio da localidade em questão²⁵; e registrar os recursos singulares dos agentes que definem, instituem, impõem estes mercados conforme ao seus estilos de vida e que se constituem nas trajetórias biográficas se objetivando nos espaços sociais cuja fixação geográfica e sociológica não é necessária e inicialmente localizada lá onde se situam os mercados enquanto tais.

24 Sobre os mercados como elementos que contribuem para a definição de uma cidade ver Weber (2014).

25 A mobilidade transnacional desses agentes em posição de implementar localmente os mercados de acordo com seus interesses e ética de vida não deve deixar esquecer que eles se constituem com uma história local e nacional: a história dos mercados e das coletividades territoriais no Brasil não é a mesma da França.

A sociologia de Pierre Bourdieu é pertinente para desenvolver esta análise pois a sua exigência empírica e conceitual permite que se resolvam as dificuldades mencionadas acima.

As ferramentas conceituais forjadas por Pierre Bourdieu, como *hábitus*, *illusio*, os campos e os espaços sociais, obrigam a estar mais próximos da história social dos agentes e de suas práticas, e fornecem os meios para desvendar o fato de que esses mercados não obedecem apenas à lógica da economia e da acumulação de lucros econômicos, mas, sim, de uma visão do “mundo socialmente situado e historicamente constituído”, que não se reduz a uma visão econômica do mundo e que não pode se atualizar sem as condições e configurações singulares da temporalidade e da espacialidade balneária. Assim, o caso dos mercados para os praticantes de windsurfe localizados à beira-mar, cuja oferta é feita por praticantes de windsurfe, mostra que no princípio de seus investimentos e estratégias profissionais se encontram a estilização de um modo de vida no contra tempo e no contra espaço e os lucros simbólicos esperados a partir da adoção deste modo de vida estilizado²⁶.

Referências

Baudelot, Christian., Gollac, Michel., **Travailler pour être heureux ? Le bonheur et le travail en France**, Paris, Librairie Arthème Fayard, 2003.

Bourdieu, Pierre. **Esquisse d'une théorie de la pratique, précédé de Trois études d'ethnologie kabyle**. Genève, Paris, Droz, 1972.

Bourdieu, Pierre. **La distinction**, Paris, Minuit, 1979.

Bourdieu , Pierre; Wacquant Loic J.D. **Réponses**, éditions du Seuil, Janvier 1992.

²⁶ Sobre a desconstrução do mito de um “mercado puro” obedecendo à racionalidade exclusivamente econômica, e o interesse de dar preferência à análise dos mercados como advindos do “campo econômico estruturado pelas relações de força e de lutas simbólicas”, ver Bourdieu, (2017).

Bourdieu, Pierre, L'être social, le temps et le sens de l'existence », in **Méditations pascaliennes**, Editions du seuil, 1996, pp. 245-288

Bourdieu, Pierre. « Les conditions sociales de la circulation internationale des idées », in **Actes de la recherche en sciences sociales**, n. 145, Dez. 2002.

Bourdieu, Pierre. **Anthropologie économique, Cours au Collège de France, 1992-1993**, Raisons d'Agir/Seuil, Cours & Travaux, Nov. 2017.

Créac'h, Cécile. **Les usages sociaux des voiliers, enjeux culturels des modes d'appropriation de la navigation**, Thèse de Doctorat, Université de Nantes, 2003.

Culturello, Paul. « Cosmopolitisme et identité locale. Touristes hivernants et société locale sur la Côte d'Azur au début du XIXème siècle ». **Cahiers de l'URMIS**, n.8, Dez. 2002. Disponible en <<http://journals.openedition.org/temporalites/3685> ; DOI :10.4000/temporalites.3685>.

Guibert, Christophe., « La vague de Mundaka : une ressource territoriale convoitée », **Jurisport, La revue juridique et économique du sport**, n.108, Avril, 2011, pp.42-46.

Guibert, Christophe., « Les vagues de surf : des convoitises différenciées. Entre patrimonialisation, privatisation et monopolisation », **Terrain**, n.63, Set. 2014, pp. 126-141.

Guillaud, Etienne., « Faire face au contretemps pour faire son temps », **Temporalités** [En ligne], 25 | 2017, colocado *online* em 20 septembre 2017.

Halbwachs, Marcel, **Morphologie sociale**, Paris, Armand Colin, (1a Ed. 1938), 1970.

Hervieu, Bertrand ; Léger, Danièle ; **Des communautés pour les temps difficiles. Néoruraux ou nouveaux moines**. Editions Le centurion. 1983.

Loirand, Gildas., « De la chute au vol », in **Actes de la recherche en sciences sociales**, n. 79, Set. 1989.

Loirand, Gildas., « Ouverture ou fermeture des marchés du travail d'encadrement sportif ? Des choix politiques déterminants en termes de certifications professionnelles », Communication proposée dans le cadre du colloque international « **Sports, tourisme, territoires. Quelles imbrications, quelles résistances dans les enjeux de développement local** », Rabat, Marrrocos, 17-18 Out. 2013.

Loloum, Tristan, « Derrière la plage, les plantations. Touristification du littoral et recomposition des élites dans le Nordeste brésilien », in **Actes de la recherche en sciences sociales**, n. 218, Junho 2017.

Mauss, Marcel., « Essai sur les variations saisonnières des sociétés Eskimos. Etude de morphologie sociale .», in **Sociologie et anthropologie**, Quadrige/PUF, Paris, (1a Ed. 1950), pp. 389-477.

Passeron, Jean-Claude. **Le raisonnement sociologique**, p.385-386, éditions Albin Michel, 2006 (1a Ed. Nathan 1991).

Retière, Jean-Noël. « Autour de l'autochtonie. Réflexions sur la notion de capital social populaire », **Politix**, v. 63, n. 3, 2003, pp. 121-143.

Sébileau, Arnaud. **Rester dans le vent. Sociologie des véliplanchistes et de leurs temporalités**, Presses Universitaires de Rennes, 2014.

Simmel, Georg, « Digressions sur l'étranger », in Grafmeyer Yves, Jacob I, **L'école de Chicago**, Paris, Aubier Montaigne, 1984, pp. 53-60.

Suaud, Charles., « Espace des sports, espace social et effets d'âge », in **Actes de la recherche en sciences sociales**, n. 79, Set. 1989.

Vincent, Johan. **L'intrusion balnéaire. Les populations littorales bretonnes et vendéennes face au tourisme (1800-1945)**. Presses Universitaires de Rennes, 2007.

Wagner, Anne-Catherine, **Les nouvelles élites de la mondialisation**, Presses Universitaires de France, Paris, 1998.

Wagner, Anne-Catherine, **Les classes sociales dans la mondialisation**, Editions La découverte, Paris, 2007.

Weber, Max. **Economie et société. L'organisation et les puissances de la société dans leur rapport à l'économie**, tome 2, Paris, Librairie Plon. (éd. Orig. Wirtschaft und Gesellschaft. Tübingen, Mohr), 1995 [1956].

Weber, Max. « Les voies du salut délivrance et leur influence sur la conduite de vie », in **Sociologie des religions**, Paris, Gallimard, 1996, pp.177-240.

Weber, Max. **La ville**, Paris, La Découverte, coll. « Politique et sociétés », 2014.

Recebido em 22/01/2018

Aprovado em 31/01/2018