

Citar: Apellidos, N. (2016) "Título", en: Santos González, D. y Giménez Rodríguez, S. (coords.) (2016). *Integraciones y Desintegraciones sociales*. Toledo: ACMS, pp.

LA IMPORTANCIA DEL CINE EN EL DESARROLLO DE DESTINOS TURÍSTICOS DE SURF.

Diego Santos González. [Mareas Vivas](#)

Introducción.

El surf es un fenómeno social cada vez más importante a nivel mundial. Se trata de una práctica cuyo origen no está del todo claro ni en el tiempo ni en el espacio, sin embargo, se puede afirmar con rotundidad que su desarrollo y posterior globalización surge tras la popularización de esta actividad en las islas polinesias, principalmente en Hawai, dónde el surf se convierte en el principal atractivo turístico tras la anexión de estas islas a los Estados Unidos (Santos, 2016).

No será hasta principios de los años setenta cuando el surf deja de ser una exclusividad del imaginario de Hawai y comience su expansión progresiva. Dos industriales californianos que conocían el éxito del surf entre los turistas de las islas, contrataron a varios de los mejores surfistas para dar exhibiciones en playas de los nuevos centros urbanos que acaban de construir en algunas zonas cercanas a Los Ángeles, creando así nuevos atractivos de ocio y de esta manera tratar de aumentar sus ventas.

Evidentemente la situación en California no era la misma que en Hawai, había diferencias muy importantes como las frías temperaturas del agua. Sin embargo, los surfistas pudieron continuar con una manera de entender la vida que encajó a la perfección en la sociedad californiana, ya que la relajada vida de la playa concordaba perfectamente con la cada vez más extendida subcultura hippie.

Esta no era la primera vez que el surf salía de Hawai, pero si la primera vez que no lo hacía como deporte, sino que la semilla cultural asociada fue exportada también. Un estilo de vida que pronto llamó la atención a miles de jóvenes de California que empezaron a incluir el surf en todas las representaciones culturales, ya fuese literatura, música o cine.

La industria más importante del cine mundial, Hollywood, emerge en California cuándo el surf alcanza su esplendor, motivo por el cual no es de extrañar que la representación de esta práctica suponga un recurso recurrente en muchas películas

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

de la época, llegando a crear un propio estilo cinematográfico. El cine de surf. Muchos actores, guionistas y productores vivían en Malibú una de las zonas más importantes para surfear en aquel momento, personajes mediáticos como Johnny Weissmuller, Jackie Coogan, Richard Jaeckel, Peter Lawford, Gary Cooper, y James Arness aprendieron a surfear. (Booth, 1996)

Los surfistas también se convirtieron en actores y dobladores de Hollywood. Duke Kahanamoku, el "padre" del surf y el doble medallista de oro olímpico de natación, interpretó papeles de polinesio, azteca o incluso jefe de indios en las películas de Hollywood. Una de sus actuaciones notables fue la de jefe de la polinesio Ua Nuka en la película *Red Witch* (1949) en la que se enfrenta a John Wayne en una aventura por los mares del sur.

Hollywood: Surf movies and surf music

Después de la II Guerra Mundial, California se convierte en el centro mundial de la industria aeroespacial, lo que la convierte en un lugar con importantes puestos directivos y bien remunerados, lo que tiene su influencia directa en que pudiese pronto convertirse también en la capital de la cultura del ocio de la clase media. Los jóvenes no tenían que alimentar vacas o ir a la mina, tenían un clima favorable para disfrutar de los recursos al aire libre todo el año, dinero para tablas de surf, bañadores, coches, gasolina y mucho tiempo libre para disfrutar. Este no es el único motivo, la otra industria más potente de California está un poco más al norte de Malibú y es conocida como Hollywood, que unido a la música ayudó a la cultura pop americana a fusionarse con la escena de surf californiana. El primer elemento de identidad cultural del surf fue *Gidget*, se trata de un libro de Federick Kohner, cuya hija comenzó a surfear y al estar en contacto con la gente de la playa en Malibú en 1956, le hablaba de sus nuevos amigos a su padre, quien terminó escribiendo una pequeña novela. El libro salió a la venta en 1957 y el éxito fue tal que rápidamente vendió medio millón de copias y sirvió de inspiración para que muchos nuevos surfistas se acercasen a la playa.

En 1959 se estrenó una película basada en este libro que se convirtió en un éxito nacional. Era un momento en que Hollywood como industria cinematográfica todavía estaba empezando, más tarde surgirían nuevas películas relacionadas con el surf como *Beach Party*. La industria de la música se unió a Hollywood para subirse al carro del surf, a principios de los sesenta un nuevo tipo de música llamado "surf" emergió y pronto se convirtió en el segundo estilo más popular solo por detrás del Motown. *Let's go tripping* de Dick Dale es vista por los propios surfistas como la primera canción surf.

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

Todas estas películas, series y música se añadieron a una extensa fijación americana con el surf, centrado en la imagen de Malibú con surf, sol, playa y chicas. Era un cierto tipo de hedonismo, no subversivo, pero divertido. La fijación de la cultura pop en el surf señaló un cambio en el epicentro del surf que cambió Hawai por California. Toda la cultura surf que en las décadas de 1910 y 1920 se había centrado en Waikiki, durante los cincuenta y sesenta se identificó con el sur de California.

While Hawaiian surfers have been erroneously and unjustly relegated to third-rate status under Australian and Californian superpowers, in reality they continued to lead twentieth-century surfing into the modern surfing era. In the late 1950s and the 1960s Hawaiian surfers rode the dangerous North Shore surf alongside legendary Californians like Greg Noll. However in a key scene in Riding Giants Noll and his California cohort are depicted as discovering the North Shore in 1957. (Helekunihi, 2011:43)

Aunque el deseo de Hollywood era focalizar el surf en California, en ocasiones retrataba historias de la playa de Waikiki. Si bien el surf estaba cada vez más presente en la sociedad California, en Hawai continuaba muy asociada al turismo.

En 1961 se rodó *Blue Hawai* con Elvis Presley interpretando a un soldado que felizmente se reunía con su tabla de surf, el motivo militar era muy apropiado pues la marina americana dominaba la vida hawaiana más que nunca durante la II Guerra Mundial y la Guerra Fría. Hawai se convertía en un camino para la guerra, literal y logísticamente, ya que los numerosos soldados pasaban camino a las guerras que se desarrollaban en el Pacífico. La Guerra Fría dio lugar a que cientos de miles de soldados llegasen a Hawai con ganas de gastar en ocio y surfear unas olas. En 1950, por primera vez, los turistas llegados en avión superaron a los que llegaban en barco, los turistas podían estar en la playa después de unas horas en el aire, por lo que su número aumentó de cincuenta mil en 1952 a quinientos mil en 1965. Westwick y Neushul (2013) destacan la cantidad de personas que deseaban ir a Hawai mediante una anécdota en la que Henry Kaiser, al llegar a Hawai y no encontrar habitación, y para evitar que a otras personas les ocurriese lo mismo, consiguió duplicar, en menos de una década, el número de habitaciones disponibles en Waikiki. El turismo masivo convirtió a Waikiki en Las Vegas del surf.

Esto significó introducir a miles de turistas en la práctica del surf, muchos de ellos volverían a los estados continentales y lo practicarían. Sin embargo, estas hordas turísticas acabarían por alejar a los verdaderos surfistas de Waikiki, desplazándose a

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

otras playas de la costa Oeste o del Norte. La invasión turística acabó con la era romántica de los chicos de la playa en Waikiki, los chicos de la preguerra trabajaban de manera individualizada, construyendo relaciones personales con los visitantes además de las clases de surf con coros para los ukeleles o cervezas durante la noche, siendo las mismas caras año tras año. Este tipo de relación no funciona con cientos de miles de visitantes por lo que en los cincuenta los chicos de la playa era más un negocio que un estilo de vida. Además, las licencias, regulaciones y concesiones proliferaban a lo largo de Waikiki, lo que dejaba poco espacio para el espíritu aloha en la playa.

The endless summer

En California los surfistas de verdad se mofaban de los *Beach Boys* y de *Gidget*, sin embargo, no pudieron hacer lo mismo con la última expresión del surf boom, *The Endless Summer*, una película sobre un surfista que se gana el éxito dentro del público general compartiendo el atractivo del surf resumido en una fase, “el verano interminable”. Era 1964 y su director, Bruce Brown, tenía ya en su haber varias películas de surf. La tecnología de las películas previas era sencilla, se trataba de colocar una cámara en la arena y unir los videoclips a través de una o varias canciones, para luego recorrer la costa de arriba abajo proyectándola. La nueva película de Brown también tenía una premisa simple, seguir a dos surfistas de renombre a lo largo de diferentes playas del mundo. Se grabó en 16 mm y la proyectó a audiencias de surfistas y, tras las buenas críticas, se pensó que podría abrirse a otro tipo de público. Durante el invierno más duro la proyectó en Kansas a modo de test y, como la multitud la acogió con entusiasmo, pensó que podría tener éxito entre el público más generalista. Tras convertirla a 32 mm, en 1966 se estrenó en cines, por lo que en poco tiempo se convirtió en un fenómeno de masas, el éxito principal radica en una trama simple que es seguir a dos surfistas alrededor del mundo mientras ellos persiguen al verano y a las buenas olas. La película recoge el despreocupado atractivo del surf, la esencia de dejarlo todo y simplemente seguir las olas con el objetivo de encontrar la ola perfecta. Su importancia en la sociedad americana fue tal que incluso el poster de la película se convirtió en un icono cultural que a día de hoy está expuesto en el museo de arte contemporáneo de Nueva York. (Westwick y Neushul, 2013)

Otras expresiones audiovisuales

Durante los años sesenta se desarrolló la llamada revolución de la tabla corta, que tiene como personaje clave a George Greenough y surgió gracias a la inspiración de

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

otra modalidad del surfing, el kneeboard, en el que el surfista no se pone de pie, sino que va de rodillas. Para Greenough, que surfeaba desde joven el kneeboard, permitía hacer maniobras que no eran posibles en la tabla de surf, sobretodo ir cubierto por la ola, lo que se conoce como hacerse “tubos”. La visualidad de este tipo de surf fue grabada por el propio Greenough en 1970 en la película *The innermost limits of pure fun* con escenas tan impactantes que cautivaron tanto a la banda Pink Floyd que donaron su música para la siguiente película de Greenough y la proyectaban en el fondo de sus conciertos. Incluso Coca-Cola utilizó secuencias de estas imágenes en 1975 para uno de sus anuncios en televisión.

Los años sesenta cambiaron la percepción del surf, como si fuese una segunda evolución. Si anteriormente había dejado de ser un deporte exótico, sano y divertido para convertirse en un deporte generalizado para la clase media, ahora en California reflejaba el peor lado de la cultura americana, las drogas y la rebeldía. A mitad de los sesenta penetraron los símbolos más potentes del momento en la cultura surf, drogas y Vietnam. Las drogas fueron parte de la contracultura de la sociedad americana y entraron también en la comunidad surfera. Primero entró la marihuana, después el hachís y las drogas psicodélicas como LSD y finalmente la cocaína y la heroína. En los setenta el surfista que no se drogaba era la excepción. Las drogas se mantuvieron durante décadas en la cultura surf. Esta imagen hippie perduró durante décadas, sobre todo porque más que ofrecer un activismo social, el surf simbolizaba un escape hedonista y ninguna razón lograba realmente movilizar a la comunidad surfera. Los derechos civiles tocaban muy de soslayo pues era una práctica fundamentalmente asociada a una clase media caucásica. Ni siquiera el activismo ambientalista era capaz de movilizarlos aún cuando aparentemente tenían mucho que perder. Surfing magazine (1970) llegó a asegurar “... estos surfers que tienen tanto que perder por la contaminación, son los que menos han hecho para protestar”. (Westwick y Neushul, 2013)

Baudrillard (1970) considera que todas las manifestaciones no violentas tienen en común el repudio a una socialización basada en el standing y en el principio de rendimiento y de éxito social. El caso más significativo es el de los hippies, que es un colectivo que trata de mirar el mundo desde otra perspectiva desjerarquizada con una escala valores diferentes que sitúa a la libertad antes que la autoridad, la creación antes que la producción, realizando la cooperación y cuestionando la competencia. Baudrillard afirma que “por regla general, es hacer lo que uno cree que está bien cuando y donde sea, sin preocuparse por ser aprobado o desaprobado, con la única

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

condición expresa de que eso que uno haga no lastime ni perjudique a nadie” (Baudrillard). Lo más curioso de este colectivo es que la sociedad de consumo los incluyó de inmediato en su folclore. Desde un punto de vista sociológico se podría llegar a considerar que son un producto de lujo de las sociedades ricas, pues en el fondo continúan condicionados por los mecanismos fundamentales de esta sociedad. El autor considera que el ser humano acorralado por la sociedad productivista y la obsesión del standing, celebra en los hippies su resurrección sentimental, donde persisten, detrás de la aparente anomia total, todas las características estructurales de la sociedad modal. (Baudrillard, 1970)

La violencia en el cine de surf. Los Bra Boys

El localismo ha tenido siempre presencia a lo largo de historia del surf. En el surfing moderno, el primer localismo, antes de las recientes masificaciones, surge en Hawai, en Waikiki, cuando los *haloes* como Tom Blake y Gene Smith recibían palizas porque eran blancos. En 1970 un nuevo grupo emerge imponiendo el localismo hawaiano; se trata de un grupo de surfistas que creó el *Hui O He'e Nalu*, que defendía las olas locales de la invasión de los surfistas *haloes*. Se trata de un momento en el que el turismo pasa de un par de cientos de miles al año a finales de los cincuenta, a más de tres millones de turistas cada año a mitad de los setenta. También con el desarrollo económico, además del incremento de los turistas, se produjo un crecimiento de la población, y Hawai añadió a su censo aproximadamente ciento cincuenta mil nuevos residentes cada década. Los surfistas hawaianos se vieron compitiendo por las olas con hordas de australianos, californianos y otros visitantes, además de encontrarse en muchas ocasiones con la entrada restringida a la playa durante los mejores días del invierno por la celebración de campeonatos. Estos campeonatos no solo producían estas restricciones de acceso, sino que además atraían a muchos surfistas que aspiraban a ser profesionales y surfearían en las playas cercanas cuando no fuese su turno de competición. Westwick y Neushul aseguran que desde Octubre a Marzo cada día había un campeonato en algún lugar del North Shore, y los miembros de *Hui O He'e Nalu* más conocidos como “*Da Hui*” o “*Black Trunks*” boicoteaban estos eventos, circunstancia que incomodaba al gobierno local, ya que se oponía a cualquier acción que pudiese perjudicar al turismo.

Comparado con California, los locales hawaianos podrían parecer relativamente generosos. Rincón, una ola del sur de Santa Bárbara, continúa siendo una de las pocas olas de calidad mundial que nunca ha sido sede de un campeonato mundial.

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

Durante décadas, en esta ola sólo se celebraban campeonatos creados por locales y para locales, y los promotores asumían los rumores de que nunca compartirían sus olas con los *pros*. Palos Verdes es otro enclave en el que los surfistas son especialmente protectores con sus olas, especialmente durante las grandes marejadas del invierno. Aunque Palos Verdes es una localidad adinerada, en esta zona los surfistas asaltan a sus visitantes de manera violenta. Otro lugar especialmente conflictivo es Oxnard, una de las zonas más deprimidas de California. En este caso también se dan reacciones muy violentas cuando llegan surfistas foráneos. Los autores Westwick y Neushul (2013) se plantean el motivo por el cual siendo tan diferentes estas dos localidades ambas reaccionan de manera tan violenta con los visitantes surfistas, cuando en realidad no son las zonas más masificadas. La respuesta que estos autores esgrimen es que ninguna de estas dos localidades depende económicamente del turismo, mientras que el resto de playas sí lo hace y los pueblos turísticos no se pueden permitir que sus visitantes sean asaltados cuando van a surfear.

Si los surfistas locales californianos son violentos, algunos afirman que los australianos son quizás peores. El espíritu hipercompetitivo que hizo triunfar a Australia en el surf profesional tiene su vertiente menos popular desencadenando localismo. Nat Young, quizás el surfista australiano más venerado, escribió en su libro *Surf Rage* duras críticas al localismo que el mismo había sufrido. El caso más conocido del localismo mundial es el de los *Bra Boys*, una pandilla que emerge del barrio obrero de Maroubra en las afueras de Sídney en los años ochenta. En la vertiente que influye en el surf, empezaron a ejercer el control de manera violenta sobre la playa que le da nombre al barrio y a la banda, en los años ochenta cuando las playas estaban cada vez más masificadas, sus miembros se identifican tatuándose el lema *my brothers keeper*.

Existen muchas leyendas sobre sus hazañas violentas, incluso Kobby Abberton, surfista profesional y miembro de la banda, tuvo juicios por cómplice de asesinato. Desde hace algunos años, los *Bra Boys* empezaron a surfear otro lugar, al que llaman *Ours* y se trata de una peligrosísima ola que rompe sobre una losa de roca. Un nombre que además, de dejar claro su potente localismo, también tiene un significado más romántico, pues en ese mismo sitio el Capitán Cook puso su primer pie en Australia (1770) declarando el continente como británico. Una película repasa la historia del nacimiento del barrio y todas las implicaciones que tiene ser un “guardián de mis hermanos”.

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

El localismo se enfrenta directamente con la imagen romántica del surf como práctica pacífica, en consonancia con la naturaleza, siendo casi espiritual. Se asocia el localismo a una respuesta frente a la masificación, ya que esta genera violencia y frustración, pero lamentablemente se encuentra localismo también incluso en olas solitarias de algunos puntos del mundo, esto es debido a que los surfistas están cómodos con la imagen de feroces y con esta actitud pretenden mantener a la gente fuera de sus playas.

En su obra *La sociedad de consumo*, Baudrillard reflexiona sobre la sociedad contemporánea, considerando que ya no es una sociedad de la escasez, sino que es una sociedad de *fragilidad*, donde la violencia y la pacificación de la vida cotidiana van de la mano, ya que ambas son igualmente abstractas y ambas viven de mitos y de signos. El autor considera que la fragilidad es mucho más amenazadora que la escasez, pues concierne al equilibrio de las estructuras individuales y sociales. Para Baudrillard, la fragilidad está asociada a la violencia. Considerando esta violencia una reacción a la abundancia.

Baudrillard considera que si la abundancia pudiese considerarse sinónimo de libertad, la violencia sería impensable. Sin embargo, si consideramos al crecimiento de la abundancia como una obligación, podría ser comprensible una reacción violenta. Para este autor existe un gigantesco proceso de acumulación primitiva de angustia y de culpa que discurre en paralelo al proceso de expansión y satisfacción, será esta dicotomía la que hace surgir una reacción impulsiva, que puede ser violenta y que atente directamente contra el orden mismo de la felicidad.

En lugar de ofrecer una óptica del consumo, Elias y Dunning abordan la violencia desde una perspectiva del deporte. En este sentido, estos autores nos recuerdan que Peter Marsh alega que “los últimos intentos realizados para erradicar la violencia han llevado a una disminución de oportunidades para la violencia ritual socialmente constructiva, lo cual ha producido como resultado un aumento de la violencia incontrolada y destructiva” (1986:97). Es cierto que los hombres tienen comportamientos más o menos agresivos, pero a medida que se expresa de maneras menos ordenadas, tiene resultados más sangrientos. La violencia, tanto en la sociedad como en el deporte, es uno de los problemas contemporáneos más complejos.

El cine como elemento de marketing de turismo de surf.

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

El cine ha servido para ya no sólo representar la realidad social del surf, sino que a través de la recreación audiovisual se ha podido reforzar una imagen que no siempre concuerda con la realidad. Además, el cine ha sido de gran ayuda para el desarrollo de destinos de surf, especialmente en el tercer mundo. El turismo de surf suscitó otro debate sobre el desarrollo económico de las regiones postcoloniales, muchos de los destinos de surf estaban localizados en territorios previamente conquistados por europeos y que actualmente son estados independientes. En este escenario, el turismo del surf, dependiendo del prisma con el que se mire, podría aparecer como una bendición para estos nuevos estados o ser visto como otra forma de imperialismo (Ponting, 2008: 50-54). Álvarez Sousa (2011) nos recuerda que Turner y Ash, en su obra *The Golden Hordes*, desarrollan una concepción crítica del turismo y que J. Aramberri la considera como una continuación de la crítica al consumo del ocio de la Escuela de Frankfurt. Turner y Ash exponen en la citada obra una crítica doble al turismo. Estas críticas se centran en “la situación de alienación de los turistas en los países emisores, y en la invasión ejercida sobre las sociedades receptoras por parte de los propios turistas alienados.” (Sousa ,2011:118). Aunque la crítica expuesta por estos autores va más allá, ya que también critican como los países emisores producen una invasión cultural en los países receptores, además de la contaminación que se produce o la alteración ecológica. “El turismo es una invasión exterior de los centros metropolitanos altamente desarrollados, hacia la periferia incivilizada” (Turner y Ash, 1975:129), por lo que las comunidades receptoras con una vida menos desarrollada se altera y rompe su equilibrio con el medio debido a la “invasión” de los turistas. (Álvarez Sousa, 2011:119)

Los surfistas han estado en la carretera durante décadas, comenzando por Freeth y Duke. En los sesenta, con el advenimiento de los aviones, *The endless summer* popularizó los viajes de surf que se llamaron *surfaris*. La revolución de la tabla corta ayudó a la estabilización de esta tendencia, ya que previamente era muy difícil transportar las antiguas tablas alrededor del mundo. En los setenta el turismo de surf despegó de manera general, y los surfistas salieron a la carretera en la búsqueda de la perfecta y vacía ola. Un par de jóvenes californianos, Kevin Naughton y Craig Peterson exploraron América Central y el Oeste de África y para documentarlo enviaban artículos y fotos a *Surfer magazine*, animando a otros surfistas a hacer lo que habían hecho ellos o a que se trazasen su propio camino.

Una zona en particular empezó a recibir turistas de surf, Indonesia, que era un pequeño salto para los australianos, como Baja para los californianos. La primera

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

exploración de Indonesia se centró en Bali, ya que tenía una desarrollada industria turística. A finales de los sesenta uno de los azafatos de Qantas pasaba su tiempo surfeando cerca de Kuta; otros siguieron su ejemplo y la escena de surf en Bali se desarrolló allí principalmente. Al mismo tiempo, Bali estaba adquiriendo una reputación contracultural como un refugio *hippie* y la playa de Kuta se convirtió en una etapa de los caminos de mochileros internacionales y también para los militares americanos que tenían días libres en Vietnam. Los visitantes pronto descubrieron Uluwatu, una ola maravillosa que rápidamente se convirtió en un icono mundial al ser grabada en sus aguas cristalinas y en sus tubos perfectos la famosísima película *Morning of the Earth* (1971).

Tras Bali, se fueron descubriendo otros paraísos de surf en Indonesia. Un americano, viajando hacia Bali, vio grandes espumas desde el avión, y decidió ir en su búsqueda en moto, llegando a la bahía de Grajagan, al sur de la isla de Java, con una orientación muy similar a la de Uluwatu. Pronto se bautizaría como G-land y se convirtió en uno de los destinos más populares. Un hospedaje donde alojarse se instaló allí de la mano del hermano de uno de sus descubridores y, poco a poco, otros nuevos fueron llegando y lo que antes eran cabañas en la jungla dieron paso a la construcción de lujosos resorts. Mientras tanto, la búsqueda de nuevos lugares en los que surfear continuaba a lo largo de Indonesia, Nias fue el siguiente sitio en ser descubierto, aunque permaneció siendo un secreto durante años; sin embargo, en 1979 *Surfer magazine* publicó unas fotos de ese increíble paraíso con olas espectaculares. Aunque trataron de ocultar su localización llamándolo *Sian*, pronto se logró identificar el destino y comenzaron a surgir *surfcamps* para alojar a los surfistas. Como resultado de este desarrollo llegó la masificación.

A mediados de los noventa estos nuevos destinos estaban tan masificados como las playas más populares de California o Australia, con ocasionales peleas por las olas, por lo que los viajeros empezaron a preguntarse si realmente tenía sentido viajar a estas latitudes. Otros sin embargo se planteaban qué estaban dejando ellos en los destinos que visitaban, ya que los surfistas generaban mucha basura en lugares donde no existía tratamiento de residuos. Destinos como Bali llegaron a tener dos millones de visitantes en 2011, lo que significa muchos complejos para alojar a toda esta gente y, consecuentemente, basura en las playas y en el agua, produciendo incluso infecciones en la piel y la muerte de los corales. Sin embargo, los turistas no sólo traen contaminación, sino que además de dinero, traen también desarrollo médico

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

a estos lugares del tercer mundo. De hecho, enfermedades como la malaria están cada vez menos presentes en estas comunidades.

Después de Nias surgió una nueva mina de oro en Indonesia, explotada primeramente por Daly, un surfista de Nueva Zelanda, que se instaló en una cadena de pequeñas islas con el nombre de Mentawaiis. Estas islas estaban llenas de olas de calidad mundial, así que Daly empezó a utilizar los barcos con los que anteriormente comerciaba para ofrecer viajes de surf. Las noticias de estas olas empezaron a resonar en el mundo del surf, pero no sería hasta que Daly escribe un artículo en 1994 cuando se identifican las olas. Si bien esto le sirvió como publicidad para promocionar su barco, también puso a Mentawaiis en el mapa y, consecuentemente, se produjo una atracción a esta zona, que significó que muchos otros imitasen su estilo de negocio. Sólo unos años después de este artículo sus clientes se quejaban de la masificación de estas islas. Incluso una forma de localismo surgió aquí, los surfistas de los primeros barcos en llegar a una ola tendrían preferencia sobre los que llegasen después. Daly reconoce que se equivocó y que publicitar las olas que había encontrado fue como prostituirse, ya que abrió Mentawaiis a la explotación comercial. Este tipo de barcos son un nuevo tipo de turismo de surf y, en vez de estar en un *surfcamp* en tierra, se está una o dos semanas en un barco. En ocasiones parece que los surfistas olvidan el factor fundamental de viajar, que es experimentar con otras culturas ya que en el barco surfean con otro grupo de occidentales, beben cerveza y juegan a las cartas. Se retoma entonces la vieja distinción entre viaje y turismo. El viajero acepta dificultades durante su búsqueda de la auténtica experiencia, mientras que el turista es el producto de la industria del ocio. (Ponting, 2008)

Conclusiones

¿Son los vídeos o películas de surf significantes desde el punto de vista histórico? Para entusiastas e historiadores del surf, es un absoluto sí. Las películas de surf afirman que significa ser un surfista. El cine es un utensilio cultural que otorga realidad a la leyenda y a la memoria (Booth 1996).

El cine es un elemento que además de poder retratar una realidad, es capaz de crear emociones y necesidades. En el caso del surf, hemos podido comprobar cómo ha sido capaz de crear una imagen que la industria de Hollywood ha podido globalizar. Concretamente una imagen asociada a unos surfers californianos que poco o nada se corresponde con la realidad social actual.

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

Por otro lado, el cine de surf es un elemento muy importante a la hora de determinar la elección de destinos de surf. Un reportaje o documental, muestra las mejores olas y los mejores momentos de un viaje, una película además es capaz de generar sentimiento. Por eso numerosos destinos consideran que una buena estrategia de marketing es rodar películas en su ciudad, como sucede con Woody Allen, muchos destinos de surf empiezan a apostar por promocionar filmaciones y reportajes visuales.

Sin embargo, hay que recordar siempre que las olas son el secreto mejor guardado de los surfistas, cuando una ola buena se hace mainstream, inmediatamente millones de personas se encuentran con intención de buscarla y surfearla lo que significa que la promoción no será bien vista por los surfistas locales.

Bibliografía

BAUDRILLARD, J. (1974) . La sociedad de consumo. España: Siglo XXI Editores.

BAUMAN, Z. (1999) . Modernidad líquida. 2007. Argentina: Fondo de Cultura Económica.

BOOTH, D. (1995) . Ambiguities in Pleasure and Discipline: The development of competitive surfing. *Journal of Sport History*, vol. 22, no. 3.

BOOTH, D. (1996) . Surfing '60s:A case study in the history of pleasure and discipline. *Australian Historical Studies*, no. 26, pp. 262-279.

DOLNICAR, S. y FLUKER, M.R. (2003) . Behavioural Market Segments Among Surf Tourists: Investigating past destination choice. *Journal of Sport Tourism*, vol. 8, no. 4.

DOLNICAR, S. y FLUKER, M.R. (2003) . Who's Riding the Wave? An investigation into demographic and psychographic characteristics of surf tourists. . Coffs Harbour:

ESPARZA, D. (2014) . La historia del surf en España. Alemania: Amazon.

KAMPION, D. (2003) . Stoked: A history of surf culture. Layton: Gibbs Smith.

KRIPPENDORF, J. (1999) . The Holiday Makers: Understanding the impact of leisure and travel. Oxford: ButterworthHeinemann.

LIPOVETSKY, G. (2007) . La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo. Barcelona: Editorial Anagrama.

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

PONTING, J. (2006) . Castles Made of Sand: The Nirvanification of the Mentawai Islands. International Tourism and Media Conference. S.l.: s.n.,

PONTING, J. (2007) . The Endless Bummer: The Past Present and Future of Surfing Tourism in the Pacific. CAUTHE Conference. S.l.: s.n.,

PONTING, J. [sin fecha]. Projecting Paradise: The surf media and the hermeneutic circle in surfing tourism. Tourism Analysis,

REIS, P. y JORGE, J.P. (2012) . Peniche Surf tourism: segmentation by motivation and destination choice. 2nd International Conference on Tourism Recreation, 7th to 9th November [en línea]. Peniche: ESTM, Disponible en: [https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/1044/1/Reis e Jorge 2012 Surf tourismsegmentation by motivation and destination choice.pdf](https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/1044/1/Reis%20e%20Jorge%202012%20Surf%20tourismsegmentation%20by%20motivation%20and%20destination%20choice.pdf)

REYNOLDS, Z. y HRITZ, N. (2012) . Surfing as adventure travel: Motivations and lifestyles. Journal of Tourism Insights, vol. 3, no. 1, pp. 1-17.

SANTOS, D. (2015). El mundo sobre las olas. Perspectiva de desarrollo turístico a través del surfing. Tesis Doctoral.

TURNER, L. y ASH, J. (1991) . La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer. Madrid: Endymion. Colección Turismo y Sociedad.

WARSHAW, M. (2004) . The Encyclopaedia of Surfing. New York: Penguin Books.

WARSHAW, M. (2004) . Zero Break: An Illustrated Collection of Surf Writing, 1777-2004. Orlando FL: s.n. WARSHAW, M. (2010) . The History of Surfing. S.l.: Chronicle Books.

WAYNE HULL, S. y WAYNE, S. (1976) . A sociological study of the surfing subculture in the Santa Cruz area A. S.l.: San Jose State University.

WESTWICK, P. y NEUSHUL, P. (2003) . The world in the curl: An unconventional history of surfing. USA: Crown Publishers.