

Citar: Apellidos, N. (2015) "Título", en: González García, E.; García Muñiz, A.; García Sansano, J. e Iglesias Villalobos, L. (Coords.). *Mundos emergentes: cambios, conflictos y expectativas*. Toledo: ACMS, pp.

DESARROLLO TURÍSTICO A TRAVÉS DEL SURF

Diego Santos. *Asociación Castellano-Manchega de Sociología (ACMS)*

RESUMEN

Que el surf está de moda es una realidad que puede verificar cualquier persona que haya tenido la oportunidad de acercarse, recientemente, a alguna de las playas de nuestro país. Si bien el ejemplo más común en la época estival es el de personas que utilizan esta práctica, en cualquiera de sus múltiples modalidades, como forma de entretenimiento, en realidad existe un colectivo a lo largo de todo el mundo que responde a un comportamiento subcultural en torno a esta práctica: el surf como estilo de vida.

Esta realidad subcultural fue estudiada por Stephen Wayne (1976) quién se aproximó a esta subcultura desde la perspectiva cualitativa, describiendo el proceso de "Convertirse en surfista" y desde la perspectiva cuantitativa, elaborando un Índice de Implicación en el Surf con el que el establecer tipologías de surfistas según su grado de implicación.

Profundizaremos en la práctica del surf desde esta realidad subcultural, haciendo un repaso histórico desde el nacimiento del surf moderno. Como veremos, la evolución del surf estará muy ligada al turismo, y a la influencia externa de los nuevos territorios por los que se expande, no pudiendo tampoco obviar, desde el punto de vista sociológico, la influencia de los desarrollos tecnológicos y sociales globales.

Para acercarnos a esta subcultura, hemos partido de la base de que la génesis del estilo de vida del surf es la búsqueda de las mejores condiciones para surfear. Sea cual sea la razón o motivación que nos lleva a esta búsqueda, los desplazamientos asociados a dicha búsqueda suponen la primera evidencia de la existencia de una tipología de turismo vinculado al surf.

Definiremos esta tipología, adaptando la definición de OMT sobre turista y diremos que es de surf cuándo la motivación principal del viaje sea buscar olas. Por tanto, a priori, quedan fuera de nuestro campo de investigación aquellos turistas que van un destino por otra razón y practican surf como actividad de ocio.

En este estudio hemos profundizado en la importancia de los avances tecnológicos más recientes y su influencia en esta subcultura. Además, hemos tratado de reflejar que nos encontramos en uno de los momentos más importantes en la historia de esta práctica, ya que durante los últimos años se ha alcanzado la capacidad de producir olas artificiales, circunstancia que puede suponer un cambio de paradigma en el surf tal y como lo conocemos hoy en día.

Palabras clave: turismo, viajes, surf, subcultura, deportivización, piscinas de olas

TEXTO

Historia Social del Surf.

Diferentes autores nos relatan la historia del surf (Esparza, 2014; Kampion, 2003) y nos demuestran que hay evidencias de que los polinesios surfeaban, en Perú (Amayo- Zeballos, 2010) los pescadores cabalgaban olas en embarcaciones llamadas “caballitos” de totora (por ser este el nombre que reciben las plantas de las que se extraen los materiales con los que se construyen) y en el Oeste Africano (George, 2007) los jóvenes surfeaban con planchas de madera. Se puede debatir en qué lugar se practicó primero. Sin embargo, el surf moderno, como práctica tal y como la conocemos hoy en día surgió en Hawái a finales del siglo XIX. (The world in the curl, 2013).

El surf y su evolución ha sido estudiados por disciplinas tales como la historia (Esparza, 2014; Kampion, 2003), periodismo (Beattie, 2001; Henderson, 1999, 2001; Ormrod, 2005a, 2005b; Rutsky, 1999; Stedman, 1997) o las ciencias del deporte (Booth 1995; Nazer 2004; Stranger 1999); la gran mayoría investigan la práctica del surf en aspectos puramente deportivos. Sin embargo, evidenciaremos a lo largo del presente comunicado que se trata de una realidad social muy compleja, que abordaremos desde la Sociología del turismo.

Tal y como afirman Westwick y Neushul (2013: 32-38), la realidad social del nacimiento del surf moderno en Hawái se enmarca dentro del movimiento cultural Hawaiian Revival, cuyo elemento principal es el de un refortalecimiento de las raíces culturales hawaianas tras la anexión de estas islas a los Estados Unidos en 1898. Este movimiento cultural será la realidad que se encargó de recuperar la práctica del surf que había casi desaparecido por completo.

Estas islas fueron identificadas por los empresarios americanos como un paraíso vacacional. Sin embargo su localización geográfica tan distante del continente y los miedos a sus pobladores, no atraían mucho más que a turistas interesados por la antropología.

Los nuevos promotores de Hawái como destino turístico, financiados por los empresarios turísticos, con la intención de mejorar la imagen del destino y captar más visitantes, trataron de evidenciar un paraíso natural vinculado con el sol y playa dónde los amables residentes te enseñarían a bailar hula (Hibbard, 2006).

En esta realidad del atractivo de la playa, se observó que los primeros turistas no tienen una interacción fluida con el océano, posiblemente por la presencia de olas (Bacchilega, 2006). En el intento de mejorar esta realidad se enmarca el surf, que es vista como una actividad con la que disfrutar del mar. La imagen de personas cabalgando sobre olas pronto es vista como la imagen perfecta con la que promocionar la isla. El surf será el nuevo atractivo turístico de Hawái, cuya nueva imagen será la playa de Waikiki y el surfista Duke Kahanamoku, que se convierten en los principales iconos del turismo de surf (Santos, 2015).

La práctica del surf es promocionada no sólo a través de posters y fotos, sino que escritores como Jack London describirán esta experiencia en artículos de prensa (Womans Home Companion, 1907) e incluso en capítulos de sus libros (Cruise of the snark, 1911). Sobre el atractivo del surf, es clarividente la opinión de la esposa de Jack London quien afirma que el verdadero atractivo está en esos surfistas que tienen ese estilo tan particular de vivir vinculados al mar. Se identificará por tanto el estilo de vida vinculado a las olas con un atractivo turístico (Allen, 2004).

Según lo expresado en “The world in the curl” (Westwick y Neusul, 2013), el proceso de expansión del surf surgió en 1907 cuando se llevó como actividad de exhibición a California. En este sentido hay diferentes planteamientos sobre si realmente fue una exhibición con el

objetivo de promoción turística de Hawái o con la intención de exportar el atractivo de la práctica como actividad que dotase de valor añadido a los nuevos proyectos urbanos planificados por Huntington en diferentes puntos de California.

La llegada del surf a California supuso el primer ejemplo globalizador de esta práctica. Y fuese de manera planificada o no, el surf llegó para quedarse, y no llevó sólo sus tablas desde Hawái sino que también exportó su estilo de vida al continente americano. Pocos años después el surf sería exportado a Australia.

La importancia histórica de estos dos acontecimientos no será simplemente como una conquista geográfica, sino que tanto California como Australia jugarán un papel muy importante en la evolución tecnológica y social del surf.

California

California es un estado muy vinculado a la aeronáutica y al sector espacial, circunstancia que llevará a que los avances en esas industrias tengan aplicaciones directas en la evolución de los materiales y diseño de las tablas de surf.

Se conoció como la revolución del “shortboard” al momento en que las tablas reducen drásticamente su tamaño y volumen, haciendo referencia a sus menores dimensiones en comparación con las tablas más tradicionales. Hechos que además de influir en la evolución de la técnica de surf, tienen gran importancia a nivel turístico y social. El desarrollo de nuevos materiales ha influido directamente en los desplazamientos de surf, de dos maneras fundamentales. Primeramente porque en sus comienzos las tablas eran de un tamaño, peso y volumen desmesurado, que imposibilitaban prácticamente su transporte, o era tan complejo que no se podían recorrer grandes distancias.

Además, estas nuevas tablas más ligeras y transportables también serían más maniobrables en la práctica, por lo que la concepción del surf cambia, haciendo surfeables olas que anteriormente no lo eran, o requerían de mucha pericia. Este cambio será de gran relevancia para los desplazamientos de surf.

La segunda aportación más importante de California al surf fue la instauración de un imaginario colectivo por parte de la sociedad más general en torno a sus practicantes. La gran acogida del movimiento hippie en esta región, manifestada principalmente con la reacción juvenil a la guerra del Vietnam, encontró en los surfistas su complemento perfecto. Esta imagen del estilo de vida de surf menos sano, vinculado a las drogas y a la vida comunitaria en naturaleza se desarrolla en la California de los sesenta y estará presente durante décadas en el imaginario colectivo, pues Hollywood (otro producto californiano) se ha encargado de perpetuar la imagen del surfista como el eterno adolescente a través de sus primeras películas surf, como *Beach Party*, *Beach Blanket Bingo*, *How to stuff a wild Bikini* y *Muscle Beach Party*. Esta realidad californiana de los sesenta es considerada a día de hoy como un apartado de contracultura dentro de la subcultura surf.

Que el surf estuviese presente en California, y por ello inspirase a cantantes y cineastas a escribir canciones y guiones ha tenido más importancia de la que se podía imaginar a nivel global, hemos podido constatar con los pioneros de nuestro país (Esparza, 2014), que estas han sido sus primeras referencias en torno a la práctica del surf. Sus implicaciones turísticas serán ínfimas en el momento, pero sentarán las bases del futuro turismo de surf en varios países.

Australia

En 1915 el surf llegó a Australia también enmarcado como actividad de exhibición, en este caso organizada por la Asociación Nacional de Natación con el objetivo de mostrar esta disciplina. Para que germinase la semilla del surf fueron necesarias algunas exhibiciones posteriores, pero pronto se identificó como una actividad muy atractiva, con enorme potencial identitario y turístico, con la que poder quitarse el estigma de continente de exconvictos británicos, y ganarse una imagen más benévola y divertida y que fuese acorde a su nueva realidad como territorio independiente en una localización paradisíaca (White, 1981).

La visión mística del surf cambió por completo cuándo el surf se extendió en Australia. Lejos de esta concepción romántica y muy posiblemente sin tan siquiera conocer el estilo de vida de los surfistas americanos, los australianos adoptaron y adaptaron esta práctica a su concepción de otras actividades similares. Como en Australia el surf se desarrolló gracias a la natación y se integró principalmente en las escuelas de socorrismo, empezaron a tratarlo como una disciplina y se entrenaban firmemente para ello, convirtiéndose así el surf en una modalidad más en las competiciones entre los diferentes clubs (Booth, 1995).

Es decir, con la exportación del surf a Australia se produjo que este evolucionase allí bajo influencia de la tradición británica que sería la primera gran etapa de deportivización de este pasatiempo (Elias y Dunning, 1986), pues no comprendieron el surf como una práctica artística, sino que vieron en el surf, como en otros deportes, una conquista más del hombre frente a los retos de la naturaleza.

Esta circunstancia supuso un gran cambio en el surf de competición, pues esta era muy naif, especialmente durante los primeros años. Aunque si existía una especie de campeonato mundial, en ese momento eran una serie de encuentros en el que se nombraba al mejor surfista del momento. La concepción de surf que prevalecía era la de asimilar esta práctica a un arte en la naturaleza, por lo que estos campeonatos eran más una forma de expresión que una competición en el sentido en la que la conocemos a día de hoy.

Según Warshaw, esto supuso que, en pocos años, los australianos ganasen las competiciones que organizaban los hawaianos. Además, los australianos, siguiendo el proceso de asimilación del surf como deporte, propusieron una institucionalización mayor de los campeonatos, lo que supuso la creación de la ASP y un circuito mundial para los que hubo que diseñar unas reglas acordes.

Turismo de surf

En los años setenta se realiza la primera investigación que constata que el surf es una subcultura. Será a partir de constatar esta evidencia, cuando la vinculación del surf con el turismo sea una realidad más allá de las estrategias de promoción para captar turistas, la prueba de la existencia de una realidad turística específica para este tipo de personas que comparten la subcultura surf. Será a partir de este momento cuando hablemos del turismo de surf específico para surfistas.

Consideraremos que una persona es un surfista cuando comparte esta subcultura, y lo hará cuando responde a los patrones descritos por Wayne (1976) en el proceso de “convertirse en surfista”. Además de evidenciar la realidad de este proceso socializador, Wayne establece el

Índice de Implicación en el Surf (IIS), a través del cual establece tipologías de surfistas basándose en su grado de implicación social y en la práctica.

Los viajes de surf son identificados por Wayne como uno de los factores más importantes en el proceso de convertirse en surfista, cuando la fase de principiante está superada.

La naturaleza de los viajes, su motivación, tipo de transporte o alojamiento utilizado ha evolucionado mucho a lo largo de la historia del surf moderno y las diferentes modalidades que han ido surgiendo a lo largo de estos años. Sin embargo se ha constatado que la motivación principal a la hora de hacer un viaje de surf es la búsqueda constante de mejores condiciones.

Por tanto, la búsqueda de olas será el principal patrón cultural que afecte al turismo de surf. Nos referiremos por tanto a turismo de surf, cuando este cumpla las condiciones que establece la Organización Mundial del Turismo (2008) para ser turista, y sea además esta búsqueda de olas la motivación principal del viaje, por lo que se incluye un aspecto más amplio subculturalmente como pueden ser fotógrafos, acompañantes, entrenadores.

Las predicciones

Entre los factores tecnológicos que han afectado directamente al turismo de surf destaca el desarrollo de las predicciones meteorológicas. Si bien los primeros avances de esta tecnología se desarrollan gracias a la segunda guerra mundial (Crowell, 1946), ha habido una gran evolución en el conocimiento del estado del mar. No hace demasiado tiempo, la fuente más fiable de interpretación del mar, era la observación directa, por lo que suponía una inversión de tiempo importante. Esta realidad se convertía en una odisea para aquellos que vivían relativamente lejos de la playa, o no tenían la certeza que en otro lugar hubiese mejores condiciones. Asociado a esta incertidumbre nace el primer servicio meteorológico de pago, ofrecido por Surfline que ofrecía la posibilidad de ofrecer referencias del estado de la mar en directo a través de su línea de teléfono, con especialistas a pie de playa.

La interpretación y predicción del mar evoluciona de tal manera que se generaliza en relativamente poco tiempo gracias a internet, dónde puede ser actualizada instantáneamente. Además, gracias a las páginas que se han especializado en el estudio de la climatología para el surf, un surfista con conocimientos de las condiciones necesarias para que haya olas en una determinada playa, puede saber con cierta exactitud si va a haber olas y su calidad aproximada con varios días de antelación. Además, la acumulación de los datos hace posible que se pueda realizar una revisión histórica que tendrá como consecuencia que sea fácil establecer cuáles son las “temporadas de olas” en numerosos destinos.

Por tanto, la capacidad de pronóstico de olas tiene implicación directa en la capacidad de planificación de un viaje

Motivaciones y factores influyentes en los viajes de surf

Como hemos visto, el principal patrón cultural que afecta al turismo de surf es la búsqueda de olas en su ausencia, o en los grandes viajes, la búsqueda de olas mejores a las que nos enfrentamos habitualmente.

En un estudio previo (Santos, 2015) se han identificado las principales motivaciones, pautas de comportamiento y factores de decisión que pueden influir en los surfistas ante la necesidad de viajar para surfear.

En cuanto a las motivaciones que llevan a los surfistas a desplazarse, destacan: mejorar en el surf, surfear mejores olas que las habituales y conocer otras culturas.

Sobre los factores que influyen a la hora de elegir un destino para un viaje de surf, destacan como muy relevantes aquellos factores relacionados con la calidad de las olas y su frecuencia. Asimismo destacan como relevantes la ausencia de masificación en los picos y de peligros como tiburones y medusas, así como el precio del viaje.

Cuándo se investiga qué factores son aquellos que han producido la mayor insatisfacción en un viaje de surf, se ha constatado que la razón principal para considerar que un viaje de surf no ha estado a la altura de lo esperado, es que las olas no eran tan buenas como se esperaba.

La presencia de más surfistas y la ausencia de olas durante más tiempo del esperado son otros motivos externos al propio surfista que crean insatisfacción cuándo viaja. Como último motivo relevante destaca no se disponer del nivel necesario para surfear las olas.

Olas artificiales

Además de las predicciones, dos tecnologías son vistas como un hito para el mundo del surf a finales del siglo XX. Sin embargo la complejidad de estos proyectos hace que un par de décadas después de los primeros prototipos, tanto piscinas de olas como arrecifes artificiales no hayan alcanzado las expectativas depositadas en ellos.

El gran interés que despiertan estas tecnologías reside principalmente en la supuesta capacidad de garantizar la presencia constante de olas de calidad. Por importancia, relevancia y actualidad, nos centraremos únicamente en las piscinas de olas.

Si bien es cierto que para muchos esta posibilidad de garantizar olas por el efecto de la tecnología se enfrenta directamente al estilo de vida del surf, otros consideran que esta conquista de la técnica sobre la naturaleza supondrá un sinnúmero de ventajas, fundamentalmente a nivel de práctica deportiva.

“Hoy el fútbol no es el mismo que era en 1930 en el Mundial de Uruguay. Si comparamos las botas, los balones, los campos en los que jugaban, podríamos pensar que el fútbol de hoy es otro deporte. Sin embargo, nadie piensa que el fútbol haya perdido su espíritu. El chiquillo que le da patadas a su pelota contra la pared en su barrio pobre lo está haciendo con la misma pasión y felicidad que Leo Messi” (Fernando Aguerre, 2015).

La historia nos recuerda que hemos de ver estos avances con cierta perspectiva, pues nos encontramos que varios de estos proyectos han resultado fallidos. En lo que respecta a las piscinas de olas, principalmente por no satisfacer las expectativas de los surfistas, o por el elevado costo de generar las olas que hacía inviable económicamente los proyectos.

En este sentido, Westwick afirma (Santos 2015) que incluso a día de hoy es muy complicado hacer rentable una piscina de olas y, mientras este problema de costes no se solucione, seguiremos viendo pocos proyectos.

Diferentes empresas trabajan con la intención de superar estos problemas y tratan de proporcionar una experiencia similar a la de las olas del océano a los surfistas; los avances técnicos en la producción de este tipo de olas las han hecho resurgir con mucha fuerza. De entre

todas destaca la empresa española Wavegarden, considerada por muchos la mejor ola artificial jamás creada.

José María Odriozola, presidente de la compañía, asegura que, en la actualidad, los únicos límites para el tamaño de la ola son los relativos al consumo energético y, en cuanto a la longitud, el único factor limitante es el tamaño de la tierra dónde se instale la Wavegarden.

La nueva generación de olas parece centrar sus esfuerzos en ofrecer una experiencia como la del océano, con ventajas añadidas tales como la ausencia de masificación o de peligros externos como la presencia de tiburones. La tecnología se desarrolla cada día con la intención de ofrecer condiciones para surfear los 365 días las 24 horas, con el objetivo intrínseco de satisfacer las necesidades de los surfistas allí dónde no hay olas o estas están masificadas. En este sentido, Fernando Aguerre afirma: “No creo que el espíritu del surf requiera ser un deporte de élite para aquellos pocos afortunados que vivan cerca de las olas del océano”.

Podemos concluir de los proyectos en marcha y de varios prototipos desarrollados que se trata de proyectos que pueden encajar tanto para la promoción deportiva como como atractivo turístico, según el lugar dónde se instalen.

Madrid y su proyecto de playa con olas.

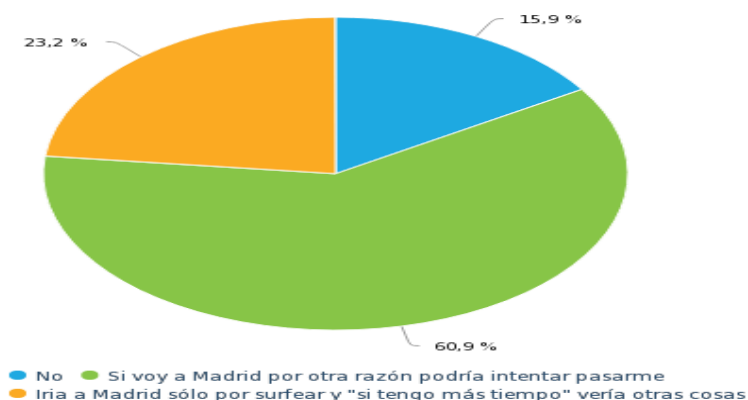
La ciudad de Madrid tiene planificada la construcción de una piscina de olas dentro de un complejo más global que pretende convertirse en la playa de Madrid. Que una ciudad sin costa pueda convertirse en un referente del surf nos hace darnos cuenta de que nos encontramos con que las olas generadas de manera artificial se erigen como el nuevo paradigma del surf moderno.

Si bien los resultados que hemos obtenido (Santos, 2015) cuándo profundizamos en el conocimiento sobre las impresiones de los surfistas acerca de estas instalaciones, nos muestran que los surfers de Madrid consideran estas instalaciones un lugar dónde practicar y mejorar su técnica, sin que el volumen de viajes de surf al océano tenga que verse reducido.

“No creo que el tema sea planteado así. No es aceite o vinagre. Como sabemos en las ensaladas, se usan ambos en diferentes proporciones según el paladar. La experiencia de estar en el mar, nunca se podrá reproducir, pero las olas buenos, yo creo que sí” (Fernando Aguerre, 2015).

En sentido opuesto, cuando se plantea a los surfistas de cierta lejanía a Madrid la posibilidad de visitar este proyecto de piscina de olas, podemos observar que casi uno de cada cuatro encuestados se desplazaría a Madrid con el objetivo principal de surfear. Un 60% de los encuestados, si tuviesen que desplazarse a Madrid, intentarían visitar este complejo. Por el contrario, un 15% aunque viniese a Madrid no tendría en mente acercarse a esta piscina de olas.

Existe un proyecto que creará una piscina de olas cerca de IFEMA en 2016. Contará con una playa, restaurantes y muchos servicios para convertirse en "la playa de Madrid" ¿Iráis a Madrid para surfear la piscina de olas?



En este sentido, cuándo surfear es la razón principal del viaje, entrará en el comportamiento subcultural del que hablábamos anteriormente al referirnos al turismo de surf.

En este sentido y, rescatando datos de una investigación previa (Santos, 2015), nos encontramos con un número nada desdeñable de viajeros de surf que realizan cursos de surf tanto a nivel de iniciación como de perfeccionamiento.

¿De los siguientes viajes de surf cuáles has realizado?

Respuesta	Entre 2 y 5 días	Entre 6 y 14 días	Entre 15 días y un mes	Más de un mes
Realizar un curso de iniciación o perfeccionamiento	57 (27,7 %)	17 (8,3 %)	10 (4,9 %)	5 (2,4 %)

Esta investigación nos revela que, a nivel general, el 43% de las respuestas incluyen la realización de al menos un curso de iniciación o perfeccionamiento de surf. Y que, de los cursos realizados por surfistas, el 65% tienen una duración de entre 2 y 5 días y casi el 20%, de entre 6 y 14 días.

Por tratarse de una tipología de viaje menos experiencial que un viaje de surf libre, es posible que el viaje de aprendizaje de surf más habitual sea la realización de estos cursos en destinos de distancia media-corta de nuestra residencia habitual.

En virtud de estos datos, podemos intuir que muy posiblemente estas piscinas pueden suponer una competencia para el turismo de surf tradicional, es decir, en el océano y cuando la motivación principal del viaje es surfear. Concretamente en la tipología de turistas que quiere realizar un curso de surf, pues es un tipo de viaje marcadamente deportivo y los objetivos del surfista en ese tipo de viaje están muy claros y muy vinculados con la técnica. Por tanto, parece que las piscinas de olas podrían ser una competencia directa para las escuelas, cuyos cursos no pueden garantizar la presencia de olas ni establecer un seguimiento tan personalizado con cámaras y tecnología para la mejora como aseguran que dispondrán estas infraestructuras.

Exceptuando los casos de mejora técnica o viajes por competición, resulta difícil imaginar que este tipo de experiencias puedan atraer a los surfistas socializados en la práctica en el océano, más allá de por quitarse la curiosidad.

Tal y como se antoja en virtud de las conclusiones de investigaciones previas (Santos, 2015), el mayor punto fuerte de estos proyectos, además de ser una opción de surf constante en lugares

que no las hay, es la importancia que puedan tener a la hora de la mejora técnica en el surf y de la posibilidad de albergar campeonatos.

“Instalaremos el Centro de Alto rendimiento del Surf de la federación española en Madrid. Por lo que tendremos a los mejores surfistas entrenando allí. Además tenemos previsto celebrar en 2017 el campeonato del mundo de surf en Madrid” (Carlos García, Presidente FES, en Santos 2015).

Las piscinas de olas, competición, Juegos Olímpicos y turismo

Las opiniones de los teóricos del turismo de surf, desarrolladores de esta tecnología y responsables de las instituciones del surf son muy diversas en cuanto a lo que esta realidad puede significar para el surf como deporte, pues se intuye que afectará de una manera muy importante al aspecto competitivo.

Las diferencias entre el surf en el océano y el surf en piscinas no radican solo en la experiencia de la práctica en naturaleza, sino que incluso la mecánica de fluidos nos recuerda que el desplazamiento no será el mismo en agua dulce que en agua salada, entre otras diferencias. Sin embargo, las mayores diferencias no serán en el deslizamiento en sí, sino en la adaptación de la dinámica y de las reglas con la que se realizan las competiciones a este nuevo escenario.

En este sentido, Fernando Aguerre, uno de los principales defensores de esta tecnología, considera que la competición en olas artificiales será un sistema más justo, más focalizado en la técnica sobre la ola, y que otros factores ambientales no tendrán tanta influencia, como sucede en el surf del océano.

“Estandarizando las olas de competición, el factor suerte en conseguir un tipo de ola del océano dejará de convertirse en un factor importante a la hora de determinar el campeón de una competición de surf” (Fernando Aguerre, 2015).

Se evidencian, por tanto, varias posibilidades al respecto de cuál será la evolución de la competición. En virtud de lo estudiado, se considera que dicha evolución dependerá principalmente de si el surf es finalmente incluido como deporte olímpico en los Juegos Olímpicos de Tokio 2020.

“En el lado que afecta a la competición, la ISA cree que el Surf Olímpico incorporará olas creadas por el hombre” (Fernando Aguerre, 2015).

A pesar de que a día de hoy existen ciertas dudas sobre las capacidades técnicas de esta tecnología, las piscinas de olas son el principal aval para que el surf pueda convertirse en deporte olímpico. Realidad que está muy cercana, pues se encuentra en la lista corta de los ocho deportes que han pasado todas las fases selectivas del Comité Olímpico Internacional (COI) y cuyos proyectos más sólidos verán la realidad de incorporarse como disciplina en los citados Juegos olímpicos. El resultado final se conocerá en la 129 sesión del COI, en los días previos a la inauguración de los Juegos Olímpicos de Rio de Janeiro en 2016.

Si el surf es incluido como deporte olímpico, estos proyectos tienen el gran reto de producir unas condiciones de surf artificial que satisfagan a deportistas y público, con la presión de una limitación temporal marcada por el COI. Si el surf se incluye como deporte olímpico para Tokyo 2020, nos encontraremos no sólo con plazos técnicos cortos para tratar de ofrecer la

mejor ola posible, sino que es posible que la subcultura surf no esté socialmente madura para dar un paso tan grande tan rápido.

Sobre las piscinas de olas Fernando Aguerre dice: “Pero no solo permitirán el surf olímpico, será un cambio de paradigma muy grande”.

El surf olímpico no podría permitirse un fracaso social y críticas en los medios especializados de surf, por lo que posiblemente, con objeto de ir preparando al público y competidores para este nuevo escenario competitivo, el circuito mundial pueda incluir alguna de sus pruebas en este tipo de recintos, como muy tarde en 2018-2020.

El investigador considera que el surf olímpico tratará, al menos en principio, de seguir identificado con los valores nacidos en el surf del océano. Y para ello se utilizará al circuito mundial para que combine pruebas en océano con pruebas en piscinas. Ante esta realidad, es muy posible que tanto surfistas profesionales como amateurs muestren su disconformidad, por considerar que se trata de una traición al espíritu del surf. Realidad que se evidencia ya a día de hoy en prensa especializada, y ante la cual la máxima autoridad del surf intenta ofrecer respuestas conciliadoras en boca de su presidente:

“Hace mucho tiempo, me di cuenta que el surf fue la mayor cosa que me pasó nunca. Yo quiero compartir esa felicidad con el resto del mundo. Algunos “puristas” podrían decirme “Estás traicionando el espíritu del surf trayendo los parques de olas al surf”. Yo no lo creo. No creo que el espíritu del surf requiera ser un deporte de élite para aquellos pocos afortunados que vivan cerca de las olas del océano”. (Fernando Aguerre, 2015).

Una vez celebrada la primera edición de unos juegos olímpicos, quizás asistamos a un estadio diferente, similar al que se podría augurar si el surf no consigue ser deporte olímpico en 2020. Posiblemente, sin la presión de los Juegos Olímpicos, podría considerarse establecer una estrategia que no albergase tantas críticas, y alcanzar este hito deportivo gozando con el pleno respaldo de los surfistas tradicionales o de los nuevos surfistas de piscina.

Si continúa esta tendencia y los proyectos finalizados y actualmente en curso son finalmente un éxito, nos encontraremos que en 2020 habrá muchos más proyectos de piscinas de olas, muchos más surfistas acostumbrados a estas instalaciones y, en este escenario, quizás sería menos conflictivo para la World Surf League (WSL) y menos brusco para la concepción más purista, considerar a las piscinas de olas como una realidad diferente al océano y establecer un circuito de esta “especialidad” como sucede con el circuito Big Waves Tour.

Los intereses tanto de los industriales que desarrollan estas piscinas, como de los nuevos destinos que acojan esta tecnología, muy posiblemente lucharán por la integración de un circuito único, al menos en un principio, para poder aprovecharse del mecanismo organizativo y de marketing existente, mientras que muy posiblemente los destinos tradicionales se opondrían a este planteamiento integrador. Si bien es cierto que es muy difícil tratar de imaginar quién podría ganar el pulso, es muy posible que sea la propia industria de surf y sus marcas quienes determinen el camino inicial.

Pero, en virtud de las opiniones más generalizadas por los surfistas socializados en el surf de océano, resultaría muy complicada una integración de ambas realidades si ya no existe ese objetivo común, beneficioso para la totalidad de la industria, de ser deporte olímpico en 2020. Por tanto, es muy posible que las marcas vean en el posicionamiento ante una realidad u otra

como una estrategia de identidad corporativa. Por lo que si no existe una posición homogénea de la industria frente a la integración de circuitos, es muy posible que la masa social del surf del océano siempre tienda a separarse a nivel competitivo.

Si nos fijamos en la historia, no sería nada descabellado que tomaran caminos totalmente divergentes, pues ya ha sucedido previamente que el primer intento de crear piscinas de olas y su estrepitoso fracaso en el intento de incluirlo en el surf profesional haya producido tal divergencia (Warshaw, 2003) Este hecho acabó desencadenando el Flowriding, un nuevo deporte, que se utiliza como atractivo turístico de algunas ciudades, hoteles y cruceros y que tiene su propio circuito mundial.

Parques de atracciones de olas

El investigador, considera que antes de hacer hipótesis sobre sus posibles consecuencias reales, la experiencia en proyectos precedentes, nos aconseja tomar cierta cautela con la potencialidad de este tipo de proyectos. El creciente volumen de los mismos refleja que nos encontramos en el momento más importante del desarrollo de este tipo de tecnología, y el tipo de proyectos y la implicación de las instituciones del surf en ellos, nos llevan a pensar que el surf se encuentra en el momento social y deportivo más importante de su historia.

Las implicaciones de las piscinas de olas sobre el turismo y sus flujos, dependerán mucho de la calidad de ola de estos primeros proyectos que estamos viendo nacer, así como de cuál sea la dirección que tome el surf de competición con estas piscinas. Por el momento no podemos concluir que estos nuevos destinos artificiales sean o tengan la capacidad real de ser competencia directa para los destinos de surf tradicionales. Planteando esta posibilidad desde el punto de vista inverso, tampoco podemos garantizar que sean generadores de nuevos surfistas subculturales y, por tanto, tampoco que puedan llegar a ser un complemento que producirá más turistas para los destinos de olas tradicionales.

En este sentido Jess Ponting (Santos, 2015) asegura:

“Creo que lugares con piscinas de olas, particularmente si varias tecnologías se instalan en un lugar, se convertirán por derecho propio en destinos de turismo de surf, y es un proceso que ya estamos viendo con las piscinas actuales. Wadi Adventure llena su instalación con más de nueve meses de antelación y casi por completo con visitantes internacionales. Surf Snowdonia tuvo 15.000 visitantes en su primer mes de operaciones.”

Sin duda, la revolución de las olas artificiales, parece que podría suponer un hito superior a la revolución del “shortboard” para el surf como deporte. Este tipo de proyectos se atisba como el avance definitivo para que el surf pueda ser incluido como deporte olímpico, hecho clave en su proceso de deportización y que ampliará sus horizontes de una manera que no podemos ni imaginar a día de hoy.

El investigador considera que el surgimiento de estas nuevas realidades puede modificar por completo la subcultura surf tal y como la conocemos a día de hoy. Pero esta respuesta tecnológica no es simplemente una satisfacción al surfista ante la falta de olas, sino una respuesta social a la necesidad de satisfacción inmediata (Bauman, 2008) y a las nuevas perspectivas sociales del consumo definidas por Baudrillard (1974) que en el caso más relacionado con el ámbito turístico se ejemplifican en este caso en realidades de ocio posturístico expuestas por Sergio Molina (2002).

Como apunte final, recordar que el surf moderno surge como respuesta a una necesidad de promoción turística destinada a la sociedad americana del momento. Tras varios procesos el surf se convirtió en una realidad subcultural, con sus propias normas de conducta en sus desplazamientos, lo que dio lugar al nacimiento del turismo de surf. En la actualidad, con el desarrollo de piscinas de olas, parece como una inversión del proceso, buscando crear la necesidad de utilizar los productos que la industria de surf fuera de la subcultura. Es decir, asistimos al desarrollo de tecnología de surf, que aunque tiene aplicaciones deportivas, parece adaptarse mejor a aquellos que no comparten el estilo de vida de surf. Por tanto, las piscinas de olas son un producto de ocio de la modernidad líquida (Baumann, 1999), con aplicaciones turísticas y deportivas. Un novedoso parque de atracciones que te mantiene en forma.

BIBLIOGRAFÍA:

Aguerre, F. (2015), Surfing and the Olympics. <http://www.isasurf.org/es/olympic-surfing/general-information-olympic-surfing/>

Amayo-Zeballos, E., (2010), “El caballito de totora mochica y el origen del surf” en Pacrina del sur: Revista de pensamiento crítico latinoamericano, número 3, Abril-Junio 2010, pp. 1-26.

Allen, R., (2004), Creating Hawaii Tourism. USA, Bess Press.

Bacchilega, C., (2006), Legendary Hawaii and politics of the place: Tradition, Translation, and tourism, USA, University of Pennsylvania Press.

Baudrillard, J., (1974), La sociedad de consumo, España, Siglo XXI.

Beattie, K., (2001), “Sick, filthy, and delirious” en Journal of media and cultural studies, 15, pp. 333-348.

Booth, D., (1995), Ambiguities in Pleasure and Discipline: The development of competitive surfing. Journal of Sport History, 22(3).

Bauman, Z., (2008), El arte de la vida, España. Paidós.

Bauman, Z. (1999), Modernidad líquida, Argentina, Fondo de Cultura Económica.

Crowell, J., (1946), Sea, Swell, and Surf Forecasting Methods Employed for the Allied Invasion of Normandy, Estados Unidos. University of California.

Elias, a y e. Dunning, (1986), Deporte y ocio en el proceso de civilización, México: Fondo de Cultura Económica.

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

George, S., (2007), “Pre-contact: the surfing tradition of Sao Tome” en Surfers Journal 16, número 3, pp 40-49.

Henderson, M., (1999). Some Tales of Two Mags: Sports magazines as glossy reservoirs of male fantasy. Journal of Australian Studies, September, pp. 64-80.

Henderson, M.,(2001). A Shifting Line Up: Men, women and Tracks surfing magazine. Journal of Media and Cultural Studies, 15(3), pp. 319-332.

Hibbard, D. y A. Salbosa, (2006), *Designing Paradise, USA*, Princeton Architectural Press.

Kampion, D., (2003), *Stoked! A history of surf culture, USA*, Gibbs Smith.

London, J., (1911), *The cruise of the Snark, USA*, Macmillan.

Molina, S. (2000), *El posturismo, de los centros industriales a las ludópolis. México. Tesis Económicas Profesionales.*

Nazer, D., (2004), *The tragicomedy of surfers commons. Deakin Law review* 9, número 2, pp. 665-713

Organización Mundial del Turismo (2008), *Glosario Básico*, <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico#Turista> visitado Septiembre 2015

Ormrod, J., (2005a). *Endless Summer (1964): Consuming waves and surfing the frontier. Film and History*, 35(1), pp. 39-51.

Ormrod, J., (2005b). 'Just the lemon next to the pie': Apocalypse, history and the limits of myth in *Big Wednesday (1978)* en www.scope.nottingham.ac.uk/ visitado Mayo 2005.

Rutsky, R. L., (1999). *Surfing the Other: Surf films from 1950's, 1960's and how teenagers responded. Film Quarterly*, 52(4).

Santos, D. (2015), *Desarrollo turístico a través del surf. Tesis Doctoral.*

Stedman, L., (1997). *From Gidget to Gonad Man: Surfers, feminists and postmodernisation. Australia and New Zealand Journal of Sociology*, 33(1), pp. 75-90.

Stranger, M., (1999). *The Aesthetics of Risk: A study of surfing. International Review for the Sociology of Sport*, 34(3), pp. 256-276.

Warshaw, M. (2004), *The Encyclopaedia of Surfing. Estados Unidos* , Penguin Books.

Wayne, S. (1976), *A sociological study of the surfing subculture in the Santa Cruz area. Tesis de Master. Estados Unidos.*

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

White, R., (1981), *Inventing Australia: Images and Identity, 1688-1980, Australia, Allen&Unwin.*