

**Diego Santos González**

## **EL SURF, DE PRÁCTICA EN LA NATURALEZA A DEPORTE DE PISCINAS**

### **SURF, FROM NATURE TO MAN-MADE WAVES**

#### **Resumen**

*El surf se ha convertido en todo un fenómeno sociológico en la actualidad, ya que encaja de tal manera en la sociedad contemporánea que se está convirtiendo en un deporte cuyas implicaciones culturales van más allá de la playa. Asociado a un estilo de vida surgido de la antigua polinesia pero con filosofía renacentista tan de moda en la actualidad, ha logrado atraer de una manera tan intensa a tantas personas, que la industria del surf centra sus esfuerzos tecnológicos en la producción de olas artificiales para poder practicar este deporte incluso a miles de kilómetros de la playa. En este ensayo repasaremos la evolución de este deporte y sus implicaciones con la sociedad de nuestros días.*

#### **Abstract**

*Surfing has become a sociological phenomenon today that fits very well in contemporary society, that's why it is becoming a sport whose cultural implications are getting broader than the beach. Associated with a lifestyle emerged from the ancient Polynesia, its Renaissance philosophy makes it so fashionable and trendy today. It has managed to attract such many people, that*

¿Cómo citar este texto?

Santos González, D. (2017). "El surf, de la práctica en la naturaleza a deporte de piscinas", en Díaz Cano, E. y Barbeito Iglesias, R. *XV Premio de Ensayo Breve en Ciencias Sociales "Fermín Caballero"*. Toledo: ACMS, pp.87-107.

*the surf industry focuses its technological efforts in the production of artificial waves which will allow its practice even thousands of kilometers from the beach. In this paper we review the evolution of the sport and its implications in our society.*

## **1. INTRODUCCIÓN**

Para muchas personas, el surf es el eje central de su vida, girando el resto de actividades en torno a temporada de olas, vientos y mares. Unos sentimientos individuales, casi místicos, asociados a miles de individuos que comparten el estilo de vida que desprende el surf. Las ansias de muchos de estos individuos por surfear son tan grandes que no pueden esperar a que la naturaleza envíe olas a nuestras costas y, como si de una conquista se tratase, pretenden incluso producirlas artificialmente.

El surf a día de hoy no es sólo un deporte, sino que es una realidad industrial, económica y social muy compleja, la cuál que se ha desarrollado a partir de una práctica milenaria, a priori tan sencilla, que consistía simplemente en desplazarse sobre la superficie de las olas. El surf y su evolución han sido estudiados por disciplinas tales como la historia (Esparza, 2014; Kampion, 2003), el periodismo (Beattie, 2001; Henderson, 1999, 2001; Ormrod, 2005a, 2005b; Rutsky, 1999; Stedman, 1997) o las ciencias del deporte (Booth 1995; Nazer 2004; Stranger 1999); y recientemente por las escuelas de negocios y agencias de comunicación. El atractivo del deslizamiento sobre la superficie de las olas ha sido realizado hábilmente por los responsables de marketing de empresas de todo el mundo (Henderson, 1999, 2001; Lanagan, 2002; Ormrod, 2005a, 2005b; Reed, 1999; Scheibel, 1995; Stedman, 1997), en gran medida porque responde a muchas de las necesidades de consumo de la sociedad contemporánea. El surf ha pasado de no tener casi

protagonismo a convertirse en el medio trasmisor de la imagen de muchas compañías. Además, algunas marcas no se han limitado a realizar un único anuncio con estética surf, sino que van mucho más allá y es el tipo de contenido al que quieren vincular su marca, lo que en marketing se conoce como *branded content*.

El surf ha encajado de tal manera en la sociedad contemporánea, que muchos consideran que su práctica no debe reducirse sólo al océano. De este empeño por una felicidad colectiva (y por un beneficio empresarial) son muchos los que trabajan en intentar producir olas de manera artificial. Este hito tecnológico puede ser acompañado también por un hito deportivo ya que el surf está a las puertas de constituirse en deporte olímpico, llegando así la simbiosis perfecta que necesitaban los estrategias de la comunicación y del marketing para llevar la imagen del surf a todos los rincones del planeta.

## **2. EL SURF MODERNO**

Diferentes autores serán los que nos relatan la historia del surf (Wharsaw, 2010; Westwick y Neushul, 2013) y nos demuestran que hay evidencias de que los polinesios surfeaban desde hace miles de años, en Perú (Amayo- Zeballos, 2010) los pescadores cabalgaban olas en embarcaciones llamadas caballitos de totora y en el Oeste de África (George, 2007) los jóvenes surfeaban con planchas de madera.

El surf moderno se populariza tras la anexión de Hawái a los Estados Unidos (1898), momento en que 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 y con la intención de mejorar la imagen del destino y captar más visitantes, trataron de evidenciar un paraíso natural vinculado con el turismo de sol y playa. Al observar que los primeros visitantes tenían miedo al océano, el surf se convirtió en la herramienta que haría disfrutar a estos turistas del mar y, por tanto, pronto se construyó una romántica historia que situaría al surf como una práctica de reyes del antiguo Hawái. El surf como atractivo turístico tomaría al Diamond Head al fondo, a la playa de Waikiki y al surfista Duke Kahanamoku como la imagen y principales iconos con los que promocionar el surf. La promoción de Hawái como destino turístico vinculado al surf intenta reflejar que el atractivo no reside sólo en la práctica, sino que existe un particular estilo de vida de los surfistas hawaianos, para ello además de posters y fotos, se emplean artículos de prensa e incluso capítulos de libros como sucede en la obra de Jack London (1911) *Cruise of the Snark*.

Ante el desarrollo turístico de Hawái vinculado con el surf, estas islas tuvieron que adaptar sus estructuras al desarrollo masivo del turismo; el éxito del surf como producto turístico fue observado por parte de otros promotores, en este caso empresarios de California. Los intereses inmobiliarios de dichos empresarios, unidos a una situación de desarrollo económico y social, gracias a la industria aeroespacial y especialmente a la nueva sociedad industrial vinculada al consumo del ocio y del tiempo libre, logran conseguir que el surf además de constituir un atractivo turístico, se convierta en una práctica social dentro de la nueva cultura de playa.

Esta realidad es impulsada especialmente por Huntington y conduce a que pueda considerarse a California la cuna del nacimiento de la subcultura surf, que se puede datar aproximadamente en la década de los años veinte. En las primeras décadas se desarrolla como una práctica cultural y deportiva que no será considerada de masas hasta los años sesenta, momento que se conoce como el “surf boom” por su rápida generalización, gracias

principalmente a la serie de televisión Gidget. Además, en ese momento se dio gran acogida al movimiento hippie en California, manifestada principalmente con la reacción juvenil a la guerra del Vietnam y que encontró en los surfistas su complemento perfecto. Esta imagen del estilo de vida menos sano, vinculado a las drogas y a la vida comunitaria en naturaleza se desarrolla en la California de los sesenta y estará asociada al surf durante décadas en el imaginario colectivo, pues Hollywood se ha encargado de perpetuar la imagen del surfista como el eterno adolescente a través de sus primeras películas surf.

Mientras el surf se desarrollaba entre la sociedad californiana, la situación de Hawái era la de un destino que ya había alcanzado la madurez. Con los vuelos siendo cada vez un transporte más popular, el desarrollo turístico de Hawái crecía exponencialmente, por lo no supondría ningún conflicto que el surf dejase de ser exclusivo de estas islas y California se convirtiese en la nueva capital del surf, circunstancia que sí se antojaba interesante para la emergente industria de surf.

El surf había llegado a Australia mediante una exhibición en 1915, sin embargo, no tuvo gran repercusión social en ese momento, siendo simplemente una nueva categoría dentro de la natación encontrando cobijo en los clubes de salvamento y socorrismo, donde pronto se convirtió en una modalidad más entre las competiciones de los diferentes clubes (Booth, 1995). La exportación del surf a Australia conllevó que esta práctica evolucionase allí bajo influencia de la tradición británica, circunstancia que constituiría la primera gran etapa de deportivización de este pasatiempo (Eliás 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. Aunque es cierto que en este momento el surf tiene atractivo visual dentro de estos clubes,

no constituye una realidad social generalizada. Sin embargo, varias décadas después, surfistas americanos llegan con nuevas tablas mucho más evolucionadas y con un estilo de vida, que no se había mostrado en la primera exhibición, y el surf tendrá una aceptación mucho mayor.

Cuando se observa que la práctica deja de ser un recurso turístico, Stephen Wayne, en su proyecto de fin de carrera (1976) *A sociological study of the surfing subculture in the Santa Cruz area*, concluye que el surf es una subcultura. Wayne además ofrece una definición de surfista que se aleja de las concepciones más vinculadas con la técnica y afirma que una persona puede ser considerada un surfista cuando comparte una serie de realidades actitudinales y sociales descritos en lo que ha denominado el proceso de “convertirse en surfista”.

Además de evidenciar la realidad de este proceso socializador, Wayne establece en dicho estudio el Índice de Implicación en el Surf (IIS), a través del cual propone diferentes tipologías de surfistas basándose en su grado de implicación práctica y social. Los viajes de surf son identificados por Wayne como uno de los factores más importantes en el proceso de convertirse en surfista, evidenciando que la búsqueda de mejores olas será el principal patrón cultural que afecte a los desplazamientos de este colectivo.

Si bien es cierto que el surf se asocia a la práctica en la naturaleza y, el imaginario colectivo general nos recuerda que su hábitat es el océano, esta realidad ha ido mutando, llegando a diferentes lugares como, por ejemplo, lagos o ríos. También el surf más tradicional dependía de la intuición e interpretación del mar de los surfistas, quienes a través de la observación debían intuir la futura presencia de olas. En este sentido, la tecnología ha producido grandes cambios en muy poco tiempo, desde hace varios años ofreciendo predicciones de las condiciones que afectan a la formación de las olas en cada playa con casi dos semanas de antelación y, más

recientemente, a través de una cámara en la playa, que permite, gracias a internet, que un surfista pueda ver en directo si hay condiciones para surfear. Las implicaciones de la tecnología y su intención de facilitar o eliminar la incertidumbre de la presencia de olas no se queda aquí, sino que, los avances tecnológicos, acompañados de unas necesidades sociales basadas en la satisfacción de necesidades “aquí y ahora”, han llevado al desarrollo de tecnología capaz de generar olas de manera artificial.

#### Evolución de olas artificiales

Para empezar a introducirnos en esta compleja realidad, debemos distinguir dos tecnologías diferentes: los arrecifes artificiales y las piscinas de olas. Para poder abordar este tema, propondremos una definición de arrecife propuesta por Cano (2007), quien asegura que se trata de estructuras geológicas de origen biológico, siendo sólidas, masivas y con formas variadas, que cubren la matriz rocosa de algunos fondos marinos tropicales y subtropicales. Los arrecifes se crean mediante la fijación de organismos al fondo que forma esqueletos, normalmente corales pétreos. Se considera el hábitat más rico y diverso de los biotipos marinos. Cano asegura que “con el aumento de las actividades del hombre en las costas como la pesca, deportes, turismo, contaminación, etc., los arrecifes naturales han sufrido deterioro”, circunstancia que ha llevado a la producción de arrecifes hechos por el hombre para diferentes fines entre los que se encuentra la consideración de estos arrecifes como “medio efectivo para mejorar las condiciones surfeables de un rompiente” (Cano, 2007:11).

Por tanto, los arrecifes artificiales modifican los fondos de un rompiente y, aprovechando la energía del mar, tratan de producir una ola adecuada para la práctica del surf. Se han desarrollado grandes proyectos de ingeniería para tratar de implementar estos arrecifes. El primer arrecife artificial que se instaló en Europa con la intención de producir olas para surf se instaló en la localidad de

Boscombe, en Bournemouth (BBC 2007). Tras una inversión de tres millones de libras, en noviembre de 2009 se abrió al público esta instalación gratuita que constituía el principal atractivo para la reconversión turística de la zona. Sin embargo, en 2011 el reef artificial se cerró (menos de dos años después de su inauguración) debido a problemas de seguridad, pues el movimiento de los sacos de arena que formaban la estructura encargada de modificar el fondo había producido que se creasen corrientes tan fuertes que podían producir el ahogamiento de un humano. Tras nuevos intentos de reparación, en 2014 fue abierto al público de nuevo. Sin embargo, su apertura no tenía por objeto que se pudiese utilizar como ola para surfear, sino que esta vez se abrió como punto de atracción para buceadores, gracias a la riqueza submarina que atrajo su instalación, y para aquellas prácticas que utilizan el viento para desplazarse sobre la superficie de las olas. Otros dos reefs artificiales fueron instalados en la Bahía de Plenty (Nueva Zelanda) y en Kovalam (India), con idéntico resultado, estrepitosos fracasos considerados una pérdida de dinero (Surfer Mag 2014). Si bien es cierto que la opinión actual sobre estos proyectos es bastante negativa debido a la mala imagen que ha producido su implantación fallida, existen nuevos diseños en marcha.

La segunda tecnología que trata de producir olas de manera artificial son las piscinas de olas, que están presentes desde hace muchos años en el mundo del surf aunque sin haber conseguido todavía satisfacer las necesidades de los surfistas. La tecnología utilizada ha evolucionado mucho, los primeros intentos responden a la creación de olas estáticas, es decir, que no se desplazan. En realidad no son olas, sino que se propulsa una lámina de agua contra una rampa en forma de ola y los surfistas se mantienen estáticos encima de la misma con ciertos cambios de dirección. Se utiliza mayormente una técnica y un tipo de tablas, que muy poco tiene que ver con las tablas de surf que se utilizan en la playa. Por su gran



diferencia, tanto en sensaciones como en la práctica del surf, nunca han sido muy aceptados por la comunidad surfera. En realidad ha seguido un camino diferente, llegando a crear un deporte nuevo distinto, el Flowriding, con sus propias reglas y circuito mundial propio.

Otro tipo de tecnología es la que genera olas dinámicas, es decir que sí se desplazan. Se ubican en una lámina de agua, normalmente de forma parecida a una piscina convencional. La forma tradicional de generar las olas dinámicas consiste en situar enormes depósitos de agua que dejan caer una gran cantidad de la misma de golpe en un extremo de la piscina creando así una ola. Ofrecen olas bastante parecidas a las del mar, que se surfean con tablas muy parecidas o idénticas y con la misma técnica. El gran inconveniente es que la ola acostumbra a ser muy corta pues pierde su fuerza muy rápidamente. ([www.surfinshow.wordpress.com](http://www.surfinshow.wordpress.com))

La idea de la primera piscina de olas nace en 1903 (Westwick y Neushul, 2013:232) de manos de un ingeniero alemán llamado Hofrat Hoglaner, que a través de un sistema hidráulico era capaz de producir olas en las piscinas, en un momento en el que se consideraba que los baños en las olas tenían efectos beneficiosos para la salud, por lo que en 1934 la piscina de Wembley en Inglaterra incorporó este sistema. En 1966 una piscina con la misma tecnología abrió en Japón y fue la primera utilizada por los surfistas, a la que siguieron varias más en Estados Unidos, hasta que en la década de los ochenta surge también en Japón, Ocean Dome, la que hasta el momento se considera la mejor ola falsa, pero que problemas de seguridad y de eficiencia hicieron cerrar en 2007. Nunca habían destacado mucho estas piscinas entre los surfistas, sin embargo, recientemente se ha observado un cambio de actitud frente a ellas, especialmente desde el surf más profesionalizado (Westwick y Neushul, 2013:235)

En los últimos años han surgido nuevas tecnologías, en lo que podemos denominar piscinas de olas 2.0, cuyos proyectos empiezan a ver la luz recientemente. El primero que ha abierto sus puertas funciona con la tecnología Wavegarden, la cual genera olas dinámicas donde una masa de agua es movida sistemáticamente sobre una superficie y provoca la formación de la ola, al igual que las olas que rompen en un arrecife o una barra de arena. Esta tecnología soluciona el gran problema de la tecnología tradicional de generación de olas dinámicas, ya que las olas Wavegarden no pierden su altura a medida que se desplazan. Los proyectos que acompañan a estas piscinas de olas son cada vez más desarrollados y apuntan a vincularse bien como complejos turísticos o bien como recintos deportivos.

## **LA TECNOLOGÍA ACTUAL Y EL SURF**

Salta a la vista que el surf es uno de los productos de moda de finales del siglo XX y principios del XXI, si bien es cierto que parece que los años dorados de la estética surf, en los que la juventud de muchos países del mundo estaba muy influenciada por la moda que diseñaba la industria de surf, ya han pasado y que cada vez menos personas siguen estas tendencias, incluso los propios surfistas parecen alejarse de las marcas de surf tradicionales a la hora de vestir. Sin embargo, esta menor influencia estética está acompañada del proceso inverso en lo que respecta a la práctica, dónde se observa un “boom” especialmente en el caso de España.

Los avances en aerodinámica y en los materiales han influenciado directamente en el tamaño de las tablas, por tanto, se toma la revolución del shortboard como el mayor avance de la historia del surf pues, afectó en gran medida a la concepción general de la práctica aunque también tuvo grandes repercusiones en los desplazamientos asociados al surf. Entre los factores tecnológicos

más recientes 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 recientemente en el conocimiento del estado del mar ya que no hace demasiado tiempo la fuente más fiable de interpretación del mar era la observación directa, lo que suponía una inversión de tiempo importante. Y, esta realidad se convertía en una odisea para aquellos que vivían relativamente lejos de la playa o que no tenían la certeza de que en otro lugar hubiese mejores condiciones. Asociado a esta incertidumbre nace el primer servicio meteorológico de pago, el cual fue desarrollado por la revista *Surfline* y ofrecía la posibilidad de obtener referencias del estado de la mar en directo a través de su línea de teléfono. 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.

Además de las predicciones otro avance tecnológico contemporáneo tendrá gran importancia en el surf, será la generación de olas artificiales. Se puede considerar este desarrollo como un hito para el mundo del surf a finales del siglo XX, aunque no será hasta el XXI cuando se pueda afirmar que nos encontramos posiblemente ante el avance más importante de la historia del surf.

Un par de décadas después de los primeros prototipos, tanto piscinas de olas como arrecifes artificiales no han alcanzado las expectativas depositadas en ellos. Hemos evidenciado que el gran interés que despiertan estas tecnologías reside principalmente en la supuesta capacidad de garantizar la presencia constante de olas de calidad. Sin embargo, Gregg Webber, el famoso diseñador de tablas de surf, asegura que ha diseñado prototipos con una nueva generación de arrecifes artificiales que suplirán todos los defectos logísticos y ambientales que tienen los actuales. En este sentido, él mismo asegura que si no hay mayores avances en esta tecnología es porque no existe una demanda real, circunstancia que le lleva a centrarse en el desarrollo de piscinas de olas.

Si los arrecifes artificiales no pasan por su mejor momento y, la industria de surf y los medios de comunicación prácticamente no hace referencia a su existencia ni a los avances en ellos, nos encontramos con que las piscinas de olas acaparan toda la atención. Aunque es cierto que los primeros proyectos que trataron de producir olas en piscinas están presentes desde hace varias décadas, en los últimos años hemos asistido al surgimiento de nuevas tecnologías que hacen que podamos hablar de la existencia de una segunda generación de piscinas de olas. Esta nueva generación de olas pretende satisfacer las necesidades de los surfistas ofreciendo unas condiciones parecidas a las olas del océano, algo que no se había conseguido previamente. De entre las empresas que están trabajando actualmente en el desarrollo de este nuevo tipo de tecnología destacan: Webberpools, en Australia, American Wave Machines, empresa que tradicionalmente se ha dedicado a la producción de diferentes tipos de piscinas y aquaparks, y Wavegarden. Esta última es una empresa española que supone la aportación más importante de nuestro país a la historia del surf, ya que se trata de la única de estas empresas citadas que a Septiembre de 2015 puede afirmar tener una instalación en funcionamiento,

Snowdonia (Gales) inaugurada el pasado mes de Agosto. Aunque Snowdonia ya ha tenido que cerrar dos veces por problemas técnicos, ha podido celebrar un importante evento de Red Bull como parte de su campaña de promoción; además, la prensa especializada asegura que la instalación está prácticamente llena desde su apertura. Estos hechos nos llevan a concluir que, aunque todavía quedan bastantes dudas sobre la viabilidad de los proyectos desde el punto de vista técnico, éstos cuentan con importantes esfuerzos en promoción, que por ahora están siendo respondidos con una buena afluencia de público. Tanto por lo observado en imágenes como por lo que nos han comentado quiénes la han probado, parece que no se trata de una ola radical y que, mentalmente, surfear en dirección a un dique afea la sensación mientras se practica, por lo que todavía no se considera que pueda ser una competencia real para el océano, al menos en los niveles de práctica más avanzados.

Los desarrolladores de la compañía aseguran 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. Aunque esta nueva generación de olas todavía no haya conseguido ofrecer una experiencia como la del océano, no se pueden negar ciertas ventajas tales como la ausencia de masificación, la posibilidad de poder surfear los 365 días las 24 horas y hacerlo sin la presencia de peligros externos tales como la presencia de tiburones.

La ciudad de Madrid tiene planificada la construcción de una piscina de olas dentro de un complejo deportivo y de ocio 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.

Cuando profundizamos en el conocimiento sobre las impresiones de los surfistas acerca de estas instalaciones (Santos, 2015), descubrimos que cuando se plantea a los surfistas de cierta lejanía a Madrid la posibilidad de visitar este proyecto de piscina de olas, los datos obtenidos nos revelan que uno de cada cuatro encuestados se desplazaría a Madrid con el objetivo principal de surfear. En cambio, los surfers de Madrid consideran que estas instalaciones son un lugar dónde practicar y mejorar su técnica, sin que el volumen de viajes de surf al océano tenga que verse reducido. Por tanto, podemos concluir que estas instalaciones son un atractivo turístico para los surfers de fuera de Madrid, mientras que los madrileños que ya surfear lo ven como un complejo deportivo.

Las piscinas de olas, van a suponer, sin lugar a dudas una competencia directa para el turismo de surf de aprendizaje y tecnificación, ya no sólo por la garantía de olas sino porque, en el caso concreto de Madrid, sus instalaciones contarán con el centro de alto rendimiento de la Federación Española de Surf, por lo que estará equipada con tecnología focalizada en la mejora técnica. Circunstancias que nos lleva a pensar que es posible que, especialmente en los viajes de fin de semana y puentes, muchos surfistas de lugares no costeros de la península puedan preferir acercarse a Madrid a mejorar su surf que a Donostia, por ejemplo. Por consiguiente, se podría decir que en el caso de los españoles del centro peninsular, las piscinas de olas serán 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 se asegura que sí dispondrán estas infraestructuras.

#### **4. LA COMPETICIÓN EN OLAS ARTIFICIALES**

Las opiniones de los 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. A nivel general, las diferencias entre el surf en el océano y el surf en piscinas no radican sólo en la experiencia de la práctica en naturaleza que ya hemos destacado, sino que existen múltiples diferencias físicas; muchos destacan que la mecánica de fluidos nos recuerda que el desplazamiento no será el mismo en agua dulce que en agua salada.

Además de esta influencia, las mayores diferencias de la competición no serán en el deslizamiento en sí, sino que radicarán en la propia naturaleza de la misma, ya que la concepción actual tendría que modificarse para adaptarse a este nuevo escenario. Se trataría de una modificación muy importante, pues no modificaría sólo a las reglas que afectan a la puntuación, sino que, por la naturaleza del surf de competición en la actualidad, supondría cambios de concepción que podrían considerarse sociales, al afectar a todo un ritual competitivo que es seña de identidad del surf como deporte a día de hoy. Atendiendo a una concepción pragmática, la competición en olas artificiales podría considerarse un sistema más justo, más focalizado en la técnica sobre la ola, y en el que otros factores ambientales no tendrán influencia, todo lo contrario sucede en la competición actual.

Se podría decir que en las competiciones de piscinas de olas surgirá el deportista malabarista y desaparecerá el atleta, es decir, ese surfista como deportista completo que conocemos actualmente cuya preparación es técnica, física y mental para afrontar todos los condicionantes que surgen a lo largo de una competición. El primer condicionante es la incertidumbre, el atleta se desplaza a un

campeonato que tiene un periodo de competición de unos diez días sin saber qué día ni a qué hora será su turno, pues la dirección de competición establecerá las mangas basándose en las condiciones de las olas y en las indicaciones de los sistemas de predicciones que indicarán si las condiciones del mar mejorarán o empeorarán. Otro condicionante es enfrentarse a un medio que en ocasiones puede ser hostil, con condiciones de surf adversas por viento y tamaño de olas que ponen al competidor al límite de su condición física. El tamaño y violencia de las olas, además de tener una influencia física, ponen al competidor en situaciones de fortaleza mental, ésta también necesaria para enfrentarse tácticamente a los rivales, pues el surf actual se compone de mangas en las que varios deportistas compiten simultáneamente, circunstancia que lleva asociada la necesidad de interpretación del cambiante escenario competitivo, por lo que situarse correctamente en la mejor zona de competición y la correcta elección de las olas en un periodo de tiempo determinado, se antojan fundamentales para triunfar en la competición actual.

Hemos repasado multitud de condicionantes previos para llegar al único factor, en todo este ritual competitivo, que en realidad se juzga. El acto de desempeñar una buena ejecución de maniobras técnicas en la superficie de ola, primándose la complejidad y la innovación. Por tanto, todos los demás condicionantes que hemos descrito no relativos a la ejecución sobre la superficie de la ola desaparecerían en las competiciones de piscinas artificiales. El investigador identifica en la competición actual una fuerte influencia de la concepción del surf como arte y vinculado al estilo de vida heredado de la romántica construcción social que la industria del surf ha elaborado hasta la actualidad.



## 5. CONCLUSIONES

Según la opinión del investigador se evidencian, por tanto, varias posibilidades al respecto de cuál será la evolución de la competición y, considera que dependerá principalmente de si el surf es finalmente incluido como deporte olímpico en los Juegos Olímpicos de Tokio 2020. 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 Río de Janeiro en 2016.

El presidente de la Internacional Surfing Association (ISA) argumenta el interés de esta asociación en el olimpismo basándose en que la posibilidad de vincular la práctica de surf con los Juegos suponga la democratización del surf y, así deje de ser un deporte de aquellos afortunados que viven cerca de las costas y, gracias al desarrollo de las piscinas de olas, poder llevarlo a todos los rincones del planeta. Sin embargo, si apelamos a la historia del surf, esta iniciativa olímpica puede responder a la intención premeditada de un cambio en la naturaleza del surf, pues tal y como sucedió en los años sesenta en California, con Hungtinton como principal impulsor, se logró una transformación del surf como producto y pasó de ser un atractivo turístico de las islas Hawai a una práctica que encajaba perfectamente en la nueva clase trabajadora, enmarcada en el desarrollo del ocio y del tiempo libre. Sin embargo, la motivación que llevó a este desarrollo subcultural no fue mejorar la vida de los individuos, sino que en realidad el objetivo principal

era dotar de valor a las propiedades inmobiliarias de Huntington en la costa de California. Por tanto, quizás el olimpismo podría ser simplemente una herramienta perfecta que responde a una oportunidad coyuntural para reproducir esta estrategia de desarrollo turístico-subcultural vinculado con el surf en nuevos lugares que, gracias a la tecnología actual, pueden estar incluso a miles de kilómetros de las costas.

Sean intenciones filántropas o economicistas, el investigador considera que es muy posible que surjan conflictos de intereses en la industria del surf y disparidad de opiniones en la subcultura surf que podrían llevar a una integración de esta nueva realidad surfera desde el acuerdo o desde el conflicto. Sea cual sea la postura que finalmente se desarrolle, el investigador considera que más tarde o más temprano el surf de piscinas de olas será más relevante que el del océano en el surf de competición.

Aunque es muy posible que tanto surfistas profesionales como amateurs muestren su disconformidad con la nueva realidad del surf artificial por considerar que se trata de una traición al espíritu del surf, un argumento que se evidencia hoy en día en prensa especializada y que, como investigador, atribuyo a que actualmente existe una cercanía casi emocional entre el surfista amateur y el de competición, que no existe en otros deportes; ya que a día de hoy, aficionados y profesionales comparten escenario de entrenamiento, el océano, aunque pronto podría cambiar.

Que los surfistas del circuito mundial participen en los Juegos Olímpicos por su atractivo para la industria y para los atletas, llevará a que esta competición olímpica despierte un gran interés de la subcultura surf contemporánea, razón que consecuentemente debería llevar a que la piscina de olas que se construya en Tokio para acoger la competición tenga el gran reto de producir unas condiciones de surf artificial que satisfagan a deportistas y al público especializado.

Por tanto, tal y como hemos tratado de evidenciar, nos encontramos en un momento histórico para el surf. Si tratamos de vincular todo lo que hemos concluido al respecto de la competición con la subcultura surf actual, aquellos que hemos sido socializados en el océano difícilmente cambiaremos nuestros patrones de conducta. Pero, es posible que asociada a las nuevas piscinas de olas en el futuro surja una nueva subcultura surf alejada del mar, posiblemente más similar a la concepción teórica de tribu urbana. También es posible que de tanto estereotiparlo y utilizarlo como atractivo, el estilo de vida asociado al mundo del surf tal y como lo conocemos actualmente entre en declive, como ha sucedido con tantos otros productos. Aunque también es cierto que un declive puede llevarnos a un mejor equilibrio en unas costas cada vez más masificadas.

En la industria del surf hay tantos intereses creados que “podemos saber poco del futuro, pero lo suficiente para darnos cuenta de que hay mucho que hacer” (Alan Turing).

## **BIBLIOGRAFÍA**

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

Amayo-Zeballos, E. (2010). “El caballito de totora mochica y el origen del surf”. *Pacrina del sur: Revista de pensamiento crítico latinoamericano*, 3: 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”. *Journal of media and cultural studies*, 15: 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: FCE.

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

Elias, A. y Dunning, E. (1986). *Deporte y ocio en el proceso de civilización*. México: FCE.

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

George, S. (2007) "Pre-contact: the surfing tradition of Sao Tome". *Surfers Journal*, 16 (3): 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): 319-332.

Hibbard, D. y Salbosa, A. (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.

Nazer, D. (2004). "The tragicomedy of surfers commons". *Deakin Law Review*, 9 (2): 665-713

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

Ormrod, J. (2005a). "Endless Summer (1964): Consuming waves and surfing the frontier". *Film and History*, 35(1): 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/](http://www.scope.nottingham.ac.uk/) (acceso: mayo 2015).

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. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.

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

Stranger, M. (1999). "The Aesthetics of Risk: A study of surfing". *International Review for the Sociology of Sport*, 34(3): 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 Neushul, P. (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.