



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Surfeando entre lo global y lo local: construcciones identitarias de los surfistas en Mar del Plata

Autores (en el caso de tesis y directores):

Marcelo Dalla Torre

María Eugenia Contursi, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2005

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**



***Surfeando entre lo global y lo local*
Construcciones identitarias de los surfistas en Mar del Plata**

**TESINA DE LICENCIATURA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**MARCELO DALLA TORRE
DNI 26.967.476
TE: 4795-2991**

**TUTOR:
MARÍA EUGENIA CONTURSI**

Diciembre 2004

AGRADECIMIENTOS

“Cualquier cosa que puedas o
sueñes hacer, empíezala.
Hay genio, poder y magia en el valor”

J.W. Goethe

Muchas son las personas a las cuales debo agradecer por sus aportes en este trabajo. En primer lugar, un agradecimiento especial a María Eugenia Contursi, tutora de la tesina, por aprobar desde una primera instancia el proyecto de esta investigación y por sus intervenciones esclarecedoras, con conceptos de suma utilidad, que me ayudaron a expandir en más de una oportunidad mis ideas.

También, quiero agradecer a todos aquellos surfistas, oriundos de Mar del Plata, que se prestaron desinteresadamente ante mis interrogantes, y con los cuales compartí agradables charlas y vivencias. A la vez, debo agradecer a todas aquellas personas (amigos, familiares, etc) que, de un modo u otro, se interesaron por mi proceder a lo largo de esta investigación y lo manifestaron a través de alientos y augurios constantes.

Y, por supuesto, el principal agradecimiento va dirigido a mis padres, “usinas” de afecto y apoyo - permanente e inmejorable - que acompañan mis días, sin los cuales arribar hacia esta instancia hubiera sido más que imposible. A ellos, mi más ferviente agradecimiento. Desde ya, los indiscutibles merecedores de este logro.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. LOS SURFISTAS Y SUS ORÍGENES: EL MITO FUNDADOR	10
1.1.1. Asociaciones integradoras	11
2. DISCURSOS GLOBALES: SURFISTAS Y CELULOIDE	16
2.1. EL VERANO SIN FIN: LA UTOPIA	17
2.2. UN <i>PUNTO LÍMITE</i> A LA UTOPIA	21
3. DISCURSOS LOCALES: REVISTA <i>SURFISTA</i>	27
3.1. PENSAR LOS DISCURSOS	28
3.2. IDENTIDAD DISCURSIVA	32
3.2.1. La alteridad	35
3.3. PROCLAMANDO LA IDENTIDAD	38
3.3.1. La identidad del surf	38
3.3.2. Libertad, viajes y nomadismo	41
3.3.3. Consumo y símbolos	44
3.3.4. Ecología	47
3.3.5. Ética entre surfistas	50
3.3.6. El lenguaje de la playa	51
3.4. IMAGINARIOS DISCURSIVOS	52
3.4.1. La espacialidad y la temporalidad del surfista	54
4. PERSPECTIVA DE LOS SURFISTAS: ANÁLISIS DE ASPECTOS ETNOGRÁFICOS EN MAR DEL PLATA	61
4.1. SURFEANDO ENTRE IMAGINARIOS	64
4.1.1. Devotos del océano	66
4.1.2. Estandarte de vida	70
4.1.3. Los mandamientos del surf	75
4.1.4. Las ceremonias del surfista	79
4.1.5. Respetar, cuidar y preservar: guardianes de las playas	82
4.2. HABLADURÍAS DE SURFISTAS	84
4.3. LAS MAREAS DEL CONSUMO	87
4.4. MEDIOS Y MÚSICA AL RITMO DE LAS OLAS	93
5. DE LO GLOBAL A LO LOCAL: LA IDENTIDAD EN CUESTIÓN	96
5.1. GLOBALIZACIÓN, IDENTIDAD Y SENTIDOS DISCURSIVOS	98
5.1.1. La construcción de la alteridad	102
5.1.2. Las reglas del surf	105
5.1.3. De la utopía a la vida cotidiana	106
5.1.4. Tiempo de surf	107

5.1.5. El lenguaje del surfista	108
5.1.6. Los índices del surfista	108
5.1.7. Conclusiones preliminares	109
6. CONCLUSIONES	110
7. BIBLIOGRAFÍA	118

1. INTRODUCCIÓN

A través de la presente investigación intentaré analizar el complejo proceso de la construcción de la identidad tomando como caso de análisis a los surfistas marplatenses desde una perspectiva comunicacional. Para ello, con vistas a desglosar cuáles son y de dónde devienen los sentidos con los cuales estos surfistas construyen y comunican su identidad, me remitiré a un corpus de análisis discursivo en el que se incluye un breve trabajo de campo realizado en dicha ciudad (Mar del Plata), entrevistas, revistas especializadas y películas sobre el tema.

Para analizar la construcción comunicacional de la identidad es importante hacer algunas precisiones teóricas. De acuerdo con Alejandro Grimson, “el primer elemento de toda identificación es su carácter relacional: al mismo tiempo que establece un “nosotros” define un “ellos” (1998:2). El conocimiento y la relación con una otredad diferente, a través de una producción socio-histórica, es aquello que permite la construcción del “nosotros”. En el mismo sentido, las identidades, según Stuart Hall, “son construidas a través de las diferencia, y no fuera de ella” (1996:4). A su vez, esta “producción de la diferencia es constitutiva de toda relación de desigualdad. Es decir, no hay identidad fuera de relaciones de poder” (Grimson, 1998: 4). La comunicación, siguiendo con la perspectiva de este autor, es la “vivencia subjetivadora” de la diferencia y la igualdad, a lo que agrego que es en el discurso donde esas “vivencias” adquieren materialidad.

Desde una visión concordante, Rossana Reguillo Cruz aclara que “el supuesto central es que toda identidad necesita mostrarse, comunicarse para hacerse real, lo que implica, por parte del actor individual o colectivo, la utilización dramaturgica de aquellas marcas, atributos y elementos que le permiten desplegar su identidad” (2000:99). En consecuencia, cuando hablamos de comunicación hablamos de las múltiples formas en que el hombre se comunica cara a cara, interpersonal y socialmente, no sólo a través del lenguaje oral y escrito, sino a través de sus sistemas no orales, de su gestualidad, sus movimientos y de sus cinco sentidos. De allí que la comunicación sea entendida como parte constitutiva de toda cultura. Por lo tanto, cuando hablamos de cultura no nos referimos a ésta sólo en un sentido clásico, sino en sus concepciones antropológicas y semiológicas, como campo de las creencias, los saberes, las cotidianidades, las

destrezas, y también como territorio de la construcción de sentido sobre nuestra subjetividad, sobre nuestras diversas prácticas sociales (cfr. Ford, 1994).

De este modo, la comunicación y la cultura son entendidos como dos términos indisolubles e interrelacionados. He aquí la premisa que rige y se extiende a lo largo de toda esta investigación y que hace coherente y necesario el abordaje comunicacional de los procesos identitarios.

¿Pero qué es la cultura?. Numerosos autores se han planteado el interrogante. A los fines de este trabajo, adoptaré algunas definiciones que creo compatibles, en cierta medida, y necesarias. Desde la perspectiva instaurada por Clifford Geertz, la cultura es entendida como un concepto semiótico conformado por un entramado de significados. Es decir, un texto plausible de ser interpretado en forma densa. Por ende, “el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones” (1987:20). Para esto, la selección de informantes y el trazado de genealogías y relaciones deben tomar forma, en conjunción a un esfuerzo interpretativo e intelectual propio de una descripción densa.

Desde una perspectiva sociopolítica, la cultura, según Antonio Gramsci, es un mecanismo de construcción de subjetividades, utilizado por las clases dominantes, en pos de instaurar una legitimidad y un sentido común en la sociedad. Para este autor, la forma que adopta la supremacía cultural recibe el nombre de hegemonía, entendida como “un modo de concebir lo social en tanto construcción cultural de consensos y simultáneos procesos de resistencia. En tanto enfrentamientos y negociaciones en los que la legitimidad del orden social se actualiza y se hace posible” (Elbaum, 1997:2).

En el marco de la sociedad civil es donde, en el terreno cultural, se despliega la lucha por el consenso y el control intelectual y simbólico. “El modelo gramsciano permite pensar a la sociedad como algo más que el resultado de una simple coacción político-militar. Habla de una conflictividad constante por la apropiación de la legitimidad y del sentido común. De una confrontación que no está únicamente en la disputa política -parlamentaria o partidocrática, por ejemplo- sino que se halla presente en la comunicación cotidiana, en la literatura popular, en los cómics, las novelas televisivas, los programas infantiles, en las estéticas urbanas o en los programas de estudios académicos” (Elbaum, 1997:4). De acuerdo con este modelo, los surfistas marplatenses serán pensados -a priori del análisis- como miembros subalternos y partícipes, de algún modo, de esta tensión mencionada.

La unidad de análisis de la presente investigación la conforman los surfistas marplatenses. En principio, es posible definir por “surfista” a toda aquella persona que, con la posesión de una tabla de surf, adscribe a esta práctica, la ejerce en forma periódica, y se identifica como tal a través de la misma.

La unidad de estudio será la ciudad de Mar del Plata. En la citada ciudad es donde se congrega el mayor número de surfistas argentinos, lo que la constituye como el principal centro local de práctica y difusión de surf en nuestro país. De allí su elección para el análisis. En efecto, los surfistas de Mar del Plata se pensarán, en principio, como partícipes de un contexto urbano, por ser habitantes de una ciudad con una gran densidad poblacional.

Si bien la franja etaria en la que se podría ubicar a los surfistas es muy amplia, la mayor parte de este grupo se encuentra conformada por jóvenes. Ello da cuenta, a partir de una aproximación inicial sobre el surf y los surfistas, de un fenómeno propiamente juvenil. No obstante, para Mario Margulis y Marcelo Urresti, “la noción de juventud conlleva diferentes significados, ya que variados aspectos influyen en esa condición. El concepto no reposa estrictamente en un enclavamiento de edades, es más que una mera categoría estadística. Al hablar de jóvenes estamos sí hablando del tiempo, pero de un tiempo social, un tiempo construido por la historia y la cultura, como fenómenos colectivos y, también, por la historia cercana, la de la familia, el barrio, la clase” (2004:1).

Desde este punto de vista, es más acertado hablar de “juventudes” o de “grupos juveniles” antes que de juventud. Pues, siguiendo a Margulis, “cada época y cada sector social postula formas de ser joven. Hay muchos modos de experimentar la juventud, y variadas oportunidades para presentar y representar la persona en las múltiples tribus que emergen en la estallante socialidad urbana”(1996:11). Por su parte, para Reguillo Cruz, “los jóvenes, en tanto sujetos empíricos, no constituyen un sujeto monopasional, que pueda ser etiquetado simplistamente como un todo homogéneo; estamos ante una heterogeneidad de actores -que se constituyen en el curso de su propia acción-, y prácticas que se agrupan y desagrupan en microdisidencias comunitarias en las que caben distintas formas de respuesta y actitudes frente al poder” (2000:59).

Uno de los interrogantes que me planteo al iniciar esta investigación es cómo los surfistas de Mar de Plata construyen su identidad en una ciudad donde cultural, histórica, y tradicionalmente no se privilegia una práctica como el surf (a diferencia de

ciudades costeras en Hawai, EE.UU. y Australia). De allí la importancia de interpretar las modalidades con las que estos surfistas articulan sus anclajes locales con los procesos globales, y los sentidos que construyen a partir de los distintos discursos globales y locales y del consumo de los productos de las industrias culturales que apelan a ellos. Por ello “resulta fundamental indagar sobre las fuentes que nutren los imaginarios de los jóvenes y ubicar los referentes a los que atribuyen mayor o menor credibilidad” (Reguillo Cruz, 2000:70). Es decir, analizar cómo los imaginarios sociales, transmitidos por las industrias culturales, repercuten o modelan la identidad de los surfistas marplatenses.

Por consiguiente, el objetivo de esta investigación es relevar la relación entre discursos globales y locales (mediáticos) sobre los surfistas, y los sentidos construidos por los propios surfistas en un contexto local particular (Mar del Plata). Para ello, la metodología por la que opté puede pensarse como “cuasi-etnográfica”, ya que incluye un trabajo de campo con entrevistas y observación participante, y un corpus discursivo conformado por revistas especializadas y películas sobre el tema.

Intentaré estudiar la problemática así configurada a través de los tres objetivos particulares siguientes:

1- Analizar en dos películas emblemáticas, de dos momentos históricos diferentes que tienen como tema principal el surf, la representación de la identidad del surfista y del surf como práctica.

2- Analizar en la única publicación marplatense, que se dedica enteramente al surf, las representaciones sobre la identidad de los surfistas y del surf como práctica.

3- Analizar etnográficamente las construcciones identitarias de los autodenominados “surfistas” a partir de los sentidos atribuidos y asociados con esta práctica particular (el surf) por los propios sujetos.

De este modo, la presente tesina consta de tres partes analíticas:

En la primera parte (Capítulo 2), analizaré cómo es representada la identidad de los surfistas y del surf como práctica en dos películas norteamericanas: *The Endless Summer* (1964) y *Point Break* (1991) (*El verano sin fin* y *Punto límite*, respectivamente). Estos films fueron elegidos por tratarse de dos películas transnacionales con una amplia repercusión masiva en las cuales el surf y los surfistas son la temática principal.

La segunda parte (Capítulo 3) se encuentra conformada por el análisis discursivo de una revista especializada local (*Surfista*), siguiendo los lineamientos generales del análisis del discurso. En nuestro país, esta revista, editada en la ciudad de Mar del Plata, representa el medio gráfico especializado por excelencia, que cuenta con una trayectoria de quince años “junto al surf”. Dicha publicación, de aparición bimestral, es dirigida y producida por el surfista y editor Freddy Tórtora, quien, a su vez, también conforma parte de la dirigencia nacional de esta práctica como director de la Federación Argentina de Surfistas. En términos gramscianos, este “surfista representativo” cumpliría una función análoga a la de los llamados “intelectuales orgánicos”, quienes “pueden asumir el rol de portavoces, difusores y legitimadores de determinados órdenes, o pueden ser representantes de expectativas oposicionales. Pero serán tales en tanto delegados o voceros de algún grupo social que colabora en la conformación de hegemonías, que tiene nexos con ellas o que se les opone frontalmente” (Elbaum, 1997: 5).

En el staff de la revista es posible encontrar un amplio número de colaboradores (fotógrafos, diseñadores, y redactores), quienes se caracterizan, de igual modo y en su totalidad, por su condición de surfistas o “insiders”. De allí, la posibilidad de rastrear, a través de este medio, las distintas voces de los “representantes mediáticos” de los surfistas marplatenses, dando cuenta de sus visiones del mundo, sus opiniones y sus prácticas declaradas a través del análisis de sus discursos.

En cuanto al análisis del discurso, tomaré algunas nociones que me permitan dar cuenta de los objetivos en el espacio discursivo. Entre ellas considero muy útiles categorías analíticas como las modalidades del enunciado (lógicas y apreciativas), los deícticos, los subjetivemas, el ethos del enunciador y la situación de discurso (escena de enunciación y situación de comunicación).

En una tercera parte (Capítulo 4), abordaré la perspectiva de los actores recogida mediante un trabajo de campo basado en observaciones participantes, charlas informales y entrevistas realizadas junto con surfistas de Mar del Plata, para analizar e interpretar cuáles son, según ellos, los rasgos, prácticas y discursos que los identifican y agrupan, y qué intentan comunicar a través de los mismos. De acuerdo con Geertz, se efectuará un análisis interpretativo en pos de “desentrañar las estructuras de significación” (1987:24).

Luego, con la finalidad de alcanzar el objetivo general de la presente investigación, compararé estas tres partes mencionadas (Capítulo 5), para, finalmente, esbozar las conclusiones (Capítulo 6).

1.1. LOS SURFISTAS Y SUS ORÍGENES : EL MITO FUNDADOR

Según la revista española *Surfer Rule*, es en 1778 cuando el capitán británico James Cook, tras su viaje colonizador por el archipiélago hawaiano, describe lo que podría considerarse la primera manifestación del surf. En aquel entonces, el surf poseía un significado totalmente diferente al actual. Impregnado de valores culturales, sociales y hasta religiosos, el “He e nalu” o deslizamiento de las olas (tal como era denominado originariamente por los nativos polinesios) constituía una actividad tan arraigada en las costumbres de la población local que en muchos casos condicionaba el orden jerárquico de cada tribu. Esta práctica daba lugar a una “manifestación cultural” muy propia de una civilización cuya vida se ejercía en “íntima relación con la naturaleza y fundamentalmente con el mar”. No obstante, tras la colonización, el nombre original de la actividad fue modificado por el vocablo SURF (que significa oleaje), de origen inglés, y se prohibió a los nativos indígenas, hasta entrado el siglo XX, continuar desliziéndose de pie sobre sus arcaicas tablas por considerarse esta acción un acto impúdico y, en ocasiones, delictivo. La tradición fue rescatada del olvido alrededor de 1910 por un grupo de descendientes de la antigua nobleza. Entre ellos se encontraba el mítico Duke Kahanamoku, universalmente conocido como el padre del surf moderno. Este campeón olímpico de natación y fundador del primer club de surf viajaba por el mundo haciendo demostraciones sobre la tabla. Poco a poco, la fascinación que imponía el surf se fue propagando por todo el planeta. Años más tarde, alrededor de 1960, California (EE.UU.), sería el epicentro desde donde se difundirían las distintas tendencias del surf en pleno auge. Las bermudas coloridas y floreadas se convertirían, desde entonces, en todo un símbolo para los surfistas, en conjunción con el hecho de viajar alrededor del mundo en la búsqueda de la mejor ola, bajo los estándares de una vida “sencilla y libertaria”.

En nuestro país, el deporte es introducido a partir de 1963 por el “pionero” Daniel Gil tras el ingreso de las primeras tablas provenientes de Perú, meca del surf en Latinoamérica. A partir de allí, se comienza a observar a los primeros surfistas argentinos desliziéndose sobre las olas. Mar del Plata es la ciudad en la cual estos pioneros dan sus primeros pasos en el surf, en torno de quienes se fue conformando un nutrido grupo de adeptos que irá creciendo y confraternizando con el transcurrir de los

años. Paralelamente, algunos comienzan a efectuar viajes y se incorporan tablas con nuevos y revolucionarios diseños.

1.1.1. Asociaciones integradoras

Tratar de describir cómo se compone el mapa de las asociaciones que nuclean a los surfistas marplatenses es importante para abordar y dar cuenta, en términos de Pierre Bourdieu (1995), del campo del surf en Mar del Plata, lo que resulta fundamental para analizar posteriormente el *habitus* en el que se incluye el proceso identitario. Según este autor, en términos analíticos, un campo puede definirse como una red o configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones se definen objetivamente en su existencia y en las determinaciones que imponen a sus ocupantes, ya sean agentes o instituciones, por su situación (*situs*) actual y potencial en la estructura de la distribución de las diferentes especies de poder (o de capital) -cuya posesión implica el acceso a las ganancias específicas que están en juego dentro del campo- y por sus relaciones objetivas con las demás posiciones (dominación, subordinación, homología, etc) (cfr. Bourdieu,1995).

Estos campos no poseen una estructura estática. Dentro de los mismos se destacan relaciones de fuerza, poder y lucha por la posesión de diferentes formas y cantidades de capital, “donde unos son los que dominan y otros son los dominados” (Alvarez Sousa, 1992:164).

Institucionalmente, la Asociación Internacional de Surf o ISA (International Surfing Association), es el organismo que congrega a todas las asociaciones de surf de los distintos países que la integran. Esta asociación mundial es la encargada de organizar, juzgar y promocionar los diferentes circuitos competitivos que se disputan en cualquier playa del mundo. La ISA posee como función primordial la realización, cada dos años, de un campeonato mundial (World Surfing Games), con la elección de un escenario neutro y rotativo.

En nuestro país, la Asociación de Surf Argentino (ASA), con sede en Mar del Plata, es el organismo que se encuentra inscripto en la ISA y del cual depende la formación y selección del equipo nacional de surf. La ASA organiza anualmente (durante los meses

de verano y otoño) el circuito argentino de surf, de donde surgen los surfistas argentinos para competir en los diversos eventos internacionales a los cuales es posible concurrir.

A su vez, en la citada ciudad, también existen varias asociaciones internas que agrupan a los surfistas y organizan eventos competitivos locales. Entre ellas, se destacan la Federación Argentina de Surfistas (presidida por Freddy Tórtora) y la Asociación Marplatense de Surf .

Estas asociaciones actúan en forma autónoma de acuerdo a las decisiones que devienen de sus respectivas comisiones directivas. Las mismas se encuentran conformadas por un presidente y algunos secretarios con funciones diversas (prensa, organización, etc).

También existen clubes de surf con funciones similares que integran a surfistas de distintas playas y difunden la actividad: el Kikiwai Surf Club, el Playa Grande Surf Club y el Club femenino de surf (que agrupa a las mujeres que surfean), son ejemplos de éstos. Dichos clubes poseen como función principal la enseñanza del surf a través de escuelas montadas en sus sedes.

Por su parte, en el Kikiwai Surf Club funciona la “Academia Argentina de Surf”, a cargo del “pionero” y “profesor de surf” Daniel Gil, quien es el encargado de la enseñanza de dicha práctica a sus alumnos. El curso de surf, cuya inscripción en temporada alta (verano) oscila los 400 pesos, posee 50 horas de duración divididas en 10 clases. Dichas clases, entre teoría y práctica, incluyen, en una primera instancia, ejercicios de relajación, concentración, bio-energización, respiración completa, purificación y desarrollo corporal del equilibrio. Todo ello es impartido a través de la influencia del “Tai Chi Chuan”, *una disciplina china emblemática de todas las artes marciales y de todos los deportes de equilibrio.*

Según el prospecto informativo y publicitario de la propia Academia: *Cuando el alumno entra en estado de Relajación y Armonía, después de estabilizar su hemisferio derecho del cerebro con el izquierdo, puede comenzar con la segunda parte. Allí, se exponen las posiciones específicas de surf: Cómo y cuáles son las posturas correctas en cada posición y todas sus combinaciones, acostados, agazapados, parados, etc. Esto es como un engranaje que combina ejercicios de elasticidad, flexibilidad, resistencia y equilibrio que, junto al Arte de la coordinación del pensamiento, movimiento y respiración, hacen que el Alumno progrese clase a clase. Si además practica después de las clases los ejercicios aprendidos, su éxito como Surfista estará garantizado...*

La tercera parte de la teoría es *sobre todo lo que debe saber el Alumno antes de entrar a surfear, desde que llega a la playa hasta que regresa a su casa*. Una vez superadas estas instancias llega el momento de la práctica y la acción en el mar: *El Alumno entra al agua y es observado con prismáticos y corregido de todos los errores que pueda cometer y/o estimulado en sus logros sobre su Tabla Hawaiana. La tabla que usará será de acuerdo a la edad, agilidad, coordinación, concentración y destreza que haya demostrado durante la teoría, y podrá cambiarla si fuese necesario las veces que fuere conveniente*.

En el campo del surf marplatense, las disputas en torno al poder y al dominio interno se evidencian en los “conflictos” existentes entre los dirigentes de las distintas asociaciones que integran dicho campo. Actualmente, tal como fue explicitado precedentemente, tres son las principales instituciones que funcionan en Mar del Plata con la finalidad de dirigir el surf marplatense y nacional: la Asociación de Surf Argentino (ASA), la Federación Argentina de Surfistas (FAS) y la Asociación Marplatense de Surf (AMS). Por su parte, Freddy Tórtora, director de la revista *Surfista* y actual presidente de la Federación Argentina de Surfistas, supo ser dirigente de la Asociación de Surf Argentino (ASA). Al caducar su mandato, tras un comicio electoral, nuevas personalidades fueron elegidas para comandar y dirigir tal organismo. No obstante, ante las denuncias de corrupción, carencia de eficiencia y desorganización interna, que apuntaron sobre estos nuevos dirigentes, tuvo lugar un movimiento “político” (encabezado por el propio Tórtora), para contrarrestar el accionar y el dominio de la ASA impuesto desde hace ya un tiempo. Para ello, se crearon dos nuevas asociaciones vinculadas entre sí (la FAS y la AMS), con ansias de aplacar tal dominio “hegemónico” existente en materia institucional dentro del campo del surf en Mar del Plata.

La revista *Surfista* (que analizaré discursivamente en el Capítulo 3) es el principal medio especializado sobre surf en Argentina. Por ende, su director, inmerso desde siempre en la dirigencia de esta práctica, utilizó “su” espacio para sentenciar una perspectiva “impersonal” sobre la tensa situación institucional del surf nacional y marplatense. Un fragmento de dicha revista daba cuenta de ello:

Lamentablemente en la ASA, gran institución pero que hoy se ve desprestigiada por el abandono y la falta de trabajo de la última gestión,

hace más de dos años que no hay elecciones y la cosa ya se pone pesada. Pero hablamos de evolución y como hay gente que siente esto ha decidido dar un nuevo paso. Por tal motivo, la Asociación Marplatense, la Necocheense y la de Miramar, junto con un grupo de personalidades, clubes y amigos, han decidido fundar la Federación Marplatense de Surf con el objetivo de liderar el crecimiento y luchar por la unión de todos los sectores. El camino es bien difícil pero la idea es concreta, es por tal motivo que desde la revista Surfista apoyamos este proyecto. Se vienen nuevos aires y es el deseo de todos que salgamos adelante de una vez por todas, hay que trabajar duro por el semillero del surf nacional y motivar a los surfistas de toda la costa atlántica y no solamente a un grupo que pueda participar de los campeonatos. Con más gente compitiendo tendremos mejores circuitos y deportistas. (Revista Surfista N°48/ Septiembre-Octubre 2003. Pág.52)

De este modo, a través de la unión de la Asociación Marplatense de Surf (AMS) con las asociaciones de surf de otras ciudades (Necochea y Miramar) tuvo lugar el surgimiento de la Federación Argentina de Surfistas: un organismo que, a partir de una alianza insitucional masiva, intenta “competir” con la ASA y desestabilizar su “hegemonía” y dominio en el campo del surf. A propósito, otro fragmento presente en la revista *Surfista* informaba sobre la nueva “Federación” de esta manera:

Esta nueva entidad fundada por las Asociaciones de Miramar, Mar de Plata y Necochea tiene como objetivo mejorar la dañada estructura organizativa de nuestro deporte. Nació con la misión de unir a todos los sectores la costa para de esta manera tener un cuerpo deliberativo y democrático a la hora de hacer las cosas. Poco a poco esta entidad irá creciendo para tratar de darle al surf nacional el perfil que se merece. (Revista Surfista N° 48/ Septiembre-Octubre 2003. Pág.16)

Todo esto da cuenta de las relaciones de poder y los conflictos aparejados, en materia institucional, que existen dentro del campo del surf en Mar del Plata. Por un lado, los dirigentes de la ASA acusados de un mandato no digno y poco productivo para el surf, y, por el otro, un “frente de poder” que agrupa a varias instituciones unidas en un

organismo en común (Federación de Surfistas Argentinos) con el afán de “competir” y desplazar el dominio de la ASA para modificar, definitivamente, la estructura del campo. Aunque, cabe remarcarlo, en ese accionar se destaca la presencia de Freddy Tórtora con un carácter de “intelectual orgánico”. Es decir, como representante oposicional a través de su mandato al frente del nuevo organismo y, al mismo tiempo, como difusor y vocero de un sentido común que intenta legitimar desde “su” propio medio (revista *Surfista*).

2. DISCURSOS GLOBALES: SURFISTAS Y CELULOIDE

En este capítulo analizaré cómo es representada la identidad de los surfistas y del surf como práctica en dos películas norteamericanas: *The Endless Summer (El verano sin fin)* y *Point Break (Punto límite)*. Estos films fueron elegidos por tratarse de dos películas transnacionales con una amplia repercusión masiva en las cuales el surf y los surfistas son la temática principal.

Luego de un análisis que no pretende ser exhaustivo, intentaré dilucidar cómo estos discursos mediáticos globales influyen o repercuten en la construcción de sentido que producen los surfistas marplatenses en un plano local. Para esto tendré en cuenta el concepto de imaginario social, entendido como “un modo (cultural) de interpretar e interpelar al mundo” (Martini y Halpern, 1998: 2).

En el marco de la globalización, las industrias culturales, entre las cuales se destacan los medios audiovisuales con carácter transnacional, poseen gran incidencia como constructoras y difusoras de los imaginarios. Por ende, de acuerdo con lo sostenido por Stella Martini y Gerardo Halpern, “la instauración de mitos a partir de la información emanada desde diferentes centros de poder, las autoridades gubernamentales o las empresas transnacionales, el marketing y hasta los medios y la escuela contribuye a la tarea de construcción del imaginario” (1998:7). Pensar la incidencia, a través del cine, de estos imaginarios y discursos globales sobre los actores locales, adquiere notable importancia para comprender la tensión que implica una articulación entre lo local y lo global.

Si bien las dos películas elegidas para el análisis poseen una temática en común, su producción data de dos momentos históricos diferentes y de dos modos de producción también diferentes. Mientras que *The Endless Summer* fue producida en forma independiente, a mediados de los años sesenta, por un surfista aficionado al cine; *Punto límite*, estrenada en 1991, responde claramente a un formato propio de Hollywood.

Por ende, intentaré comparar ambas películas para comprender la representación que estos films producen de la identidad de los surfistas y del surf como práctica en diferentes momentos y desde distintos “contratos de lectura”.

Este concepto de “representación” será entendido a partir de la semiótica teoría de Peirce. Para este autor, la noción de representación es el proceso por el cual se funda el sentido a través del signo o representamen. Este modelo representacional de

construcción de sentido es el marco desde el cual Eliseo Verón elabora su teoría de los discursos sociales, que resulta útil para analizar las relaciones entre “lo real” y la circulación social de sentido. Por consiguiente, el signo o representamen de Peirce será, para Verón, el discurso, la unidad mínima, a partir de la cual se puede abordar la producción de sentido, en relación semiótica con las representaciones sociales (el fundamento) y con las operaciones de asignación de sentido (el interpretante).

De este modo, en el presente análisis, el film será pensado en tanto discurso, en relación con las dos hipótesis sobre las cuales Verón sostiene su teoría de la discursividad social: “Toda producción de sentido es necesariamente social (...) y todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido(...)”(1987:125).

No obstante, a su vez, en una película se pueden hallar ciertos indicios capaces de remitir a un conjunto más amplio de significaciones que las producidas en su inscripción textual. Esta proposición, que sigue los lineamientos del esquema teórico de Verón e incluye como premisa metodológica la descripción de las huellas de las condiciones de producción en los discursos, tendrá gran importancia para acceder al sentido producido por los films que a continuación analizo.

2.1. EL VERANO SIN FIN: LA UTOPIÍA

Sun is shining (El sol está brillando)

Bob Marley & The Wailers

The Endless Summer (El verano sin fin) es el primer documental sobre surf producido en forma independiente por un surfista aficionado al cine. En esta película, Bruce Brown, su director, y los surfistas californianos Mike Hynson y Roberte August (considerados dos de los mejores en la década de 1960), recorrieron durante más de un año las costas del mundo en busca de la ola perfecta.

En el film, con carácter de documental, se expone el recorrido que los protagonistas llevan a cabo entre las playas de distintos continentes en la búsqueda de la ola más apta para el surf. La persecución del verano eterno y el ansia de exploración para dar con la

ola “de los sueños” son los principales objetivos-emblemas que movilizan a los dos jóvenes surfistas procedentes de California. En ese extenso viaje, estos surfistas recorren y surfean gran parte de las costas de países africanos tales como Senegal, Nigeria, Ghana y Sudáfrica, para luego llegar a Australia, Nueva Zelanda, Polinesia y Hawái, antes de regresar a su país de origen.

El contexto de realización de la película data de comienzos de los años sesenta, período en el cual el surf poseía connotaciones negativas y los surfistas eran catalogados como “surf-bumps” o “vagabundos de las playas”. Para gran parte de la sociedad norteamericana, el surf era una actividad asociada con la marginalidad y considerada improductiva.

Según un artículo publicado en el site español *www.surfobsesion.com*, en el año 1964, luego de varios meses de arduo trabajo en cuanto a la edición de las imágenes, *The Endless Summer* fue exhibida, durante siete noches consecutivas, en el auditorio de Santa Mónica (California, Estados Unidos), con capacidad para 2000 personas. Como consecuencia de ese éxito inaugural, Bruce Brown partió inmediatamente hacia Hollywood, de donde regresó con su cometido no concretado. Desafortunadamente, en la meca del séptimo arte, su película había sido catalogada como “un simple documental sobre surf”.

Con el dinero recaudado tras posteriores exhibiciones realizadas en distintas ciudades norteamericanas, Brown convirtió la película a 35mm. Finalmente, en 1966, luego de adquirir un renombre entre los espectadores, *The Endless Summer* comienza a ser distribuida en numerosos países con una notable repercusión.

Históricamente, el mundo, durante aquellos años, se encontraba inmerso en la denominada “Guerra Fría”, a través de una disputa entre dos bloques ideológicamente antagónicos con vistas a imponer y extender su dominio definitivo: el comunismo al Este (Rusia) y el capitalismo al Oeste (Estados Unidos). Según el historiador Alberto Lettieri, “ambos explotaron la acción humana y sometieron las conciencias para el beneficio de sus administradores tecnocráticos y la perpetuación de la dominación. La singularidad humana estalló en la década del 60 refractando ambas dominaciones” (2003: 290). De este modo, tanto la racionalidad capitalista como la comunista se veían “opacadas”, momentáneamente, a partir de movimientos juveniles tendientes a contrarrestar su incidencia. En Estados Unidos, a través de la movilización juvenil “hippie” norteamericana, el “anarquismo y socialismo se entrecruzaban en una extraña alianza que reivindicaba a Mao, a Bakunin y al líder vietnamita Ho-Chi-Minh. Era una

toma del espacio público, simbólica y temporal, pero que mostraba hasta qué punto las nuevas generaciones no estaban dispuestas a adoptar el estilo de vida de la sociedad de bienestar. Los estudiantes se oponían a la rutinización de sus conductas y a la sumisión de sus conciencias “ (Lettieri, 2003:292).

Bajo este marco histórico de resistencia y suma tensión, *The Endless Summer* adquiere materialidad. Si bien esta película no presenta puntos de vista políticos en forma explícita, teniendo en cuenta su contexto de realización, predomina en todo momento una idea de “evasión” emparentada con una tendencia nómada cristalizada en los sucesivos viajes de los protagonistas.

En consecuencia, los surfistas de este film son representados como jóvenes amantes de la naturaleza y partícipes de una vida libertaria. Rebeldes inofensivos con vistas a adoptar un estilo de vida diferente encauzado en la naturaleza y la libertad. Una vida austera dedicada al ocio y al divertimento, con una transgresión hacia el imperativo dominante en la sociedad tendiente a “producir” constantemente. Al mismo tiempo, estos surfistas son construidos como despreocupados y exploradores que prescinden del trabajo, inmersos en una constante aventura entre playas, mar y olas. Se los representa como “evasores urbanos”, a partir de una regresión hacia un estado natural y primitivo.

De este modo, es posible relacionar la representación de los surfistas en *The Endless Summer* con el “mito del buen salvaje” descrito por Tzvetan Todorov en “Exotismo y primitivismo” (1991). De acuerdo con este mito, el hombre en su estado natural era un ser feliz y libre. En ese estado de salvajismo, las subordinaciones y sumisiones eran inexistentes. Por ende, la libertad e igualdad eran premisas sobresalientes en una vida colmada de solidaridad y plena libertad. La producción adquiriría un fin de subsistencia, lo que permitía el disfrute del ocio, sin preocupaciones, en interacción con la naturaleza. No obstante, con el desarrollo de la sociedad moderna, el hombre suprimió este “estado natural” para adentrarse en una civilización colmada de injusticia, infelicidad, desigualdad y carencia de libertad.

Según Todorov, “para quien sueña con cambiar de vida, el viaje es el medio más simple. Así, pues no nos asombrará encontrar la imagen del buen salvaje y su contrapartida obligada, la crítica de nuestra propia sociedad, abundantemente presentes en las relaciones de viaje” (1991:312). En *The Endless Summer*, el viajar constantemente es el factor esencial que se despliega a lo largo de toda la película. La “búsqueda” es la principal característica que sobresale en el film. El viaje de los protagonistas es vinculado con el descubrimiento incesante de algo nuevo: playas, olas

para surfear, experiencias, culturas desconocidas, un nuevo y distinto estilo de vida. Aunque puede pensarse que esa búsqueda recreada en el film posee, también, mucho de “evasión”. Una búsqueda desenfrenada por la libertad y el ocio constante.

A su vez, se representa un estilo de vida nómada y primitivo en los surfistas: acampar, pescar, ser autosuficientes e interactuar con el mar, son las principales actividades de los protagonistas. Una vida sin preocupaciones y escasas imposiciones temporales, más allá de los vaivenes propios de la naturaleza. La concreción de la utopía del surfista basada en gozar de la libertad, el verano, las playas y el surf en un entorno de suma tranquilidad.

Por otra parte, en el film predomina la idea de vivir el presente, sin premeditar el futuro, (de)pendientes del estado del mar para disfrutar de las mejores olas. Esto se evidencia en una escena de la película, cuando los protagonistas, luego de llegar al punto más extremo de Sudáfrica, se resignan a esperar durante varios días la llegada de un “lugareño”, para luego descubrir que detrás de una duna extensa existían olas de notable tamaño.

Por consiguiente, el surf es representado como un verdadero “estilo de vida” y los surfistas como incansables viajeros nómades amantes del verano que hacen del surf su modalidad de vida. En todo momento, en los protagonistas, predomina una obsesión por el surf y un fanatismo notorio sobre esta actividad. El surf es representado como el “gran” movilizador de sus días y el centro de sus vidas. Al mismo tiempo, el surf adquiere en *The Endless Summer* un componente espiritual, un estado de “soul surf”, orientado hacia el descubrimiento, la serenidad y un disfrute en pleno contacto con el mar. Ese estado de suma tranquilidad es representado a través de las diversas tomas donde se fusionan los colores del atardecer con el mar, el brillo del sol y las sonrisas de los dos jóvenes surfistas, quienes, estéticamente, son representados con bermudas coloridas, cuerpos bronceados, y las cabelleras rubias debido al efecto de la salinidad del mar y la diaria exposición al sol.

The Endless Summer puede catalogarse como un documental inaugural para muchos surfistas. A través de esta película se dieron a conocer playas y olas que se convirtieron, desde entonces, en sitios emblemáticos para la práctica del surf a nivel mundial. Los protagonistas del film fueron pioneros en surfear y descubrir olas nunca antes surfeadas para luego difundirlas a todo el mundo a través del documental. Una película que representa el sueño de todo surfista: viajar a través de todo el mundo, conocer nuevas

playas y vivir un verano eterno. La utopía de vivir y surfear libremente en torno a la naturaleza.

2.2. UN PUNTO LÍMITE A LA UTOPIÍA

‘La tela de araña de la dominación ha llegado a ser
la tela de araña de la razón misma, y esta
sociedad está fatalmente enredada en ella’.

Herbert Marcuse

Point Break (Punto límite), protagonizada por Keanu Reeves (como Johnny Utah) y Patrick Swayze (como Bodhi), se estrenó en 1991. Esta película, a diferencia de *The Endless Summer*, posee un destinatario más masivo, ya que no se trata de un documental exclusivamente sobre surf. Más bien, es un film de acción en el que los surfistas y el surf son parte principal de la trama. En *Punto Límite*, la utopía libertaria de viajar en busca del verano eterno es retomada a partir de un grupo de jóvenes surfistas. Sin dudas, este es un dato para no dejar de lado: al igual que en *The Endless Summer*, los surfistas son representados por jóvenes californianos.

En esta representación, se destaca una alteridad existente entre los surfistas y los agentes policiales. Esta otredad se construye, por ejemplo, en un diálogo sostenido por dichos agentes mientras planean la “infiltración” de uno de ellos (Johnny Utah) en el grupo de surfistas, con ansias de efectuar una investigación como consecuencia de una presunta sospecha: *Obsérvalos. Son como una especie de tribu, tienen su propio lenguaje. Tienes que aprender sus costumbres, saber lo que piensan, aprender sus propios modismos.*

De este modo, desde el punto de vista de los agentes, los surfistas son representados como una otredad (“ellos”) compuesta por miembros de una “tribu” cerrada que posee una “jerga” en común y una cosmovisión en particular sobre el mundo. En principio, desde una mirada externa, se construye a los surfistas como un grupo unido caracterizado por un sentimiento de pertenencia basado en costumbres, modismos y prácticas similares.

Al mismo tiempo, en *Punto límite*, los surfistas son representados como un grupo de marginales, desertores de la ley y delincuentes, abocado al asalto de bancos para cumplir su “sueño” de libertad en busca del verano eterno. Tal como ocurre en *The Endless Summer*, se destaca la idea del viaje a través de las mejores playas del mundo aptas para el surf, de acuerdo a la incidencia de la temporada estival. De allí, los consecutivos robos a bancos, cometidos durante la finalización del verano, con vistas a reunir el suficiente caudal de dinero como para afrontar una nueva temporada cálida en otras costas del mundo.

Punto límite, al igual que *The Endless Summer*, donde los protagonistas recorren gran parte del mundo para luego volver a su país de origen, recrea un “espíritu nomade”, pero, a su vez, ratifica el regreso hacia el lugar de origen. Esto se evidencia en los treinta asaltos durante los últimos tres años efectuados en la misma ciudad californiana. Dichos robos responden a una lógica cíclica: robar para viajar, en forma temporal, a otras playas del mundo con clima cálido, luego retornar al lugar de partida y reiniciar, sucesivamente, el ciclo. No obstante, de ello se deriva otra reflexión: en ese regreso cíclico hacia las costas californianas, como consecuencia de una necesidad monetaria que transporta a los surfistas hacia el lugar de partida para cometer nuevamente otros robos, reside la representación del primer quiebre de la “utopía surfista” de vivir un verano eterno y en suma “libertad”. De este modo, ante la necesidad de obtener los medios materiales que demanda la propia práctica de surf (en este caso, el dinero necesario para viajar en busca de playas con clima cálido), esa utopía del “verano eterno” queda disuelta y los “sueños de libertad” relegados y envueltos en una contradicción.

La transgresión, por parte de los surfistas, también aparece en *Punto límite* mediante otras facetas. Esto es representado a través de las máscaras de los ex-presidentes norteamericanos con las cuales los surfistas asaltantes cubrían sus rostros en cada intervención bancaria. Asimismo, esta calidad de detractores de la ley puede ejemplificarse a través de un diálogo entre los “surfistas delincuentes”, luego de que el agente especial Johnny Utah, ya inmerso entre ellos, menciona su condición de doctor en leyes. Allí, se destacan frases tales como: *Los abogados no surfean* o *La vida no ha terminado, amigo. Estás surfeando*. A través de ello es posible remarcar cómo los surfistas del film construyen (y delimitan) una otredad conformada, de acuerdo al ejemplo, por los abogados como representantes de la ley.

Esta representación de los surfistas tiende a generar una estigmatización, término que Goffman utiliza para designar “un atributo que arroja un descrédito sobre todo aquel que lo lleva” (Martini, 1994:6). De esta forma, a través del cine, se crea un imaginario social negativo sobre los surfistas que repercute en gran parte de la sociedad. En relación con esto interviene el concepto de mediación, entendido como “un proceso ideológico de construcción de inteligibilidad sobre el mundo y de producción e interpretación de efectos de sentido, histórica y culturalmente pautado, que configura sistemas interpretantes que se materializan en los discursos sociales” (Contursi y Ferro, 1998:4). Por ende, los imaginarios sociales tienden a imponer un sentido común construido a través de mediaciones materializadas en los discursos. En consecuencia, se tiende a relacionar a los surfistas con la marginalidad, la violencia y la delincuencia, de acuerdo con un modelo de mediación hegemónico, actualizado en este caso por el cine (de origen norteamericano) a partir de sus discursos.

Por otra parte, dentro del grupo de surfistas, también se recrea la existencia de una otredad identitaria. Es decir, una diferencia intra-grupal en torno a la posesión de experiencia y saber con respecto a la práctica del surf. Esto se destaca en una escena en la cual una surfista femenina le reprocha al agente/surfista Johnny Utah su escasa habilidad en materia de surf: *Esta es una tabla para principiantes. No tienes nada que hacer aquí.*

El tema del “localismo” y las reglas que regulan la interacción entre los surfistas en el mar también poseen su representación en la película. Tal como se verá en los capítulos 3 y 4 de la presente investigación, el “localismo” es un fenómeno del surf a través del cual los surfistas “locales” (aquellos que frecuentan habitualmente una determinada playa) tienden a proteger sus olas y áreas de práctica para evitar compartirlas ante la afluencia de surfistas foráneos u ocasionales. El fin principal del “localismo” es impedir la presencia de un amplia número de surfistas en una playa específica.

Otra característica de importancia representada en el film son las reglas que regulan el comportamiento de los surfistas en el mar. Estas reglas poseen ciertos condicionamientos “éticos” que funcionan en torno al grupo para lograr una interacción ordenada entre las olas. Este tema será oportunamente desarrollado en el Capítulo 4 bajo el subtítulo “Los mandamientos del surf “(4.1.3.). En el film, el agente/surfista Johnny Utah interviene en la ola de un surfista “local” y viola una de las principales “reglas éticas” del surf. En esa escena, los surfistas son representados como violentos y

agresivos. Tras producirse un choque entre ambos, el surfista local procede con suma violencia y golpea al agente especial, para luego exclamar: *La cortesía es importante, necio*. Con ello, aparece la representación de otra diferencia intra-grupal entre los propios surfistas. Por un lado, los surfistas “locales” que tienen el derecho y primacía para las olas por estar inmersos en “su” playa habitual, y por el otro, los surfistas “no locales” o foráneos, quienes deben respetar, según las reglas éticas, la condición de los locales.

En *Punto Límite*, el dominio simbólico que el “localismo” trae aparejado es representado como un fenómeno asumido “naturalmente” por todo surfista no local. Una escena en la que los surfistas locales intimidan a Johnny Utah, con ansias de violencia, grafica lo descripto: luego de abandonar el mar, el agente Utah, ante la presencia provocativa del violento grupo, sentencia: *Aquí es donde se dice que los locales mandan y que un insecto como yo no debe surfear en sus aguas*.

La escena siguiente, tras una ardua pelea entre Johnny, Bodhy (quien acude en ayuda de este surfista/agente) y los surfistas “locales”, recrea otra diferencia interna entre los propios surfistas. Aquí influye el componente espiritual que se construye en torno al surf como eje de legitimidad. *No sienten nada espiritual por el mar*, replica Bodhy (líder de los surfistas ladrones de bancos), refiriéndose al grupo de surfistas violentos con los cuales se desató la pelea. De esta manera, se construye una diferenciación en torno, nuevamente, al saber y a la autenticidad que caracteriza a todo “surfista verdadero” (según la película), exento de violencia y más cercano a la contemplación del mar y a una serenidad interior.

En *Punto Límite*, este carácter místico, espiritual y filosófico es representado como un componente identitario propio del surfista y del surf como práctica. Un claro ejemplo al respecto aparece en las explicaciones de Bodhy hacia Utah sobre el significado del surf: *Es un estado mental. Un lugar donde te pierdes y te encuentras a ti mismo. Acepta la energía de la ola. Siéntela*

Al igual que en *The Endless Summer*, el surf es construido como el movilizador de estos surfistas. El “eje” de sus vidas. Esta representación del surf como un “estilo de vida” se construye en varios aspectos. Las fiestas que los surfistas organizan en las playas, la presencia de sus viviendas construidas muy próximas al mar y el afán por delinquir con el objetivo de viajar y surfear, son claros ejemplos en los que se muestra una vida impregnada y orientada hacia y por el surf.

A su vez, los jóvenes surfistas de *Punto límite* son contruidos como amantes de la adrenalina y la acción. *La vida es corta* o *No es trágico morir haciendo lo que amas*, son pruebas fehacientes que remiten a experimentar el presente con gran intensidad, tal como ocurre en *The Endless Summer*, sin medir límites. Desde un plano estético, estos surfistas son representados con cabelleras extensas y rubias, trajes de neoprene, musculosas, bermudas, y sus cuerpos bronceados y fornidos como consecuencia de la práctica cotidiana de surf.

Otra característica identitaria representada en el film protagonizado por Keanu Reeves y Patrick Swayze es el gran conocimiento que los surfistas poseen sobre el mar, los vientos y las variaciones oceánicas. Tras una escena en la que se recrea una discusión en torno al destino geográfico que posee las olas más grandes del mundo, el surfista Bodhy menciona la playa Bells, en Australia, como el sitio indicado para experimentar la inmensidad del mar. Con conocimiento en la materia, explica: *Todo se moviliza en ciclos. Dos veces por siglo el océano nos hace saber qué tan pequeños somos. Una tempestad invernal llega de la Antártida azotando el Pacífico, y envía un fuerte e intenso norte a lo largo de 1000 km. Y cuando éste azota a la playa Bells, llegan las mejores olas que este mundo ha visto.*

Otra escena significativa que ofrece *Punto Límite* es cuando Bodhy justifica el comportamiento delictivo emparentado al asalto de los bancos. Aquí aparece un rasgo político explícito como propio de los surfistas: *No hacemos esto sólo por el dinero. Es una lucha contra el sistema. Ese sistema que anula el espíritu humano. Nosotros combatimos algo: esas almas humanas que se apretujan en las carreteras, en sus ataúdes de metal. Les demostraremos que el espíritu humano sigue con vida.*

En cierto modo, a partir del precedente fragmento, es posible reconocer una relación intertextual con la posición de Herbert Marcuse, cuando este autor, al efectuar una ardua crítica hacia la civilización industrial avanzada en “El hombre unidimensional”, sostiene: “La gente se reconoce en sus mercancías; encuentra su alma en su automóvil, en su aparato de alta fidelidad, su casa, su equipo de cocina”(1970: 39). Como en *The Endless Summer*, película en la que también se enuncia, aunque de modo implícito, una crítica hacia la sociedad moderna y sus restricciones, los protagonistas de estos films son representados como detractores y disconformes con la racionalidad capitalista. Tal como ocurre en el mito del buen salvaje descrito por Todorov (1991), los surfistas contruidos desean efectuar una regresión hacia lo natural para conservar la libertad y la “esencia originaria” del ser humano.

Sin embargo, cabe remarcarlo, en esta crítica predomina una ambigüedad, pues si bien estos surfistas aspiran a un estado primitivo de suma libertad, recurren al dinero como garante de tal meta. La utopía de la libertad aparece envuelta en una contradicción. Aunque, por cierto, el análisis de la escena final permite resolverla.

En la última escena de *Punto Límite*, el agente especial Johnny Utah, años más tarde, luego de haber seguido el rastro del surfista Bodhy (prófugo) por Sumatra y Fidji, se presenta cara a cara ante este último en la playa “Bells”(Australia). Tal como había sido enunciado durante la trama, la tormenta de los cincuenta años era todo un hecho. Olas de enorme altitud quebraban muy próximas a las costas, mientras Bodhy permanecía dispuesto a ser partícipe de las mismas. Con la repentina llegada del agente al lugar se produce una pelea entre ambos y la posterior detención del surfista, para luego ser inmediatamente “liberado” (y arrojado a un destino mortal), con vistas a cumplir un último deseo: surcar una de las olas más grandes en una tempestad oceánica.

A través de esta escena, puede pensarse el quiebre o ruptura de la “utopía surfista” (el viaje como vehículo de la libertad, presente en *The Endless Summer*), para ser reemplazada, en su contracara, por una “distopía” en la que dicha libertad se construye como imposible o como realizable solo a través de la muerte. El sistema, representado en el agente de seguridad, derrota la utopía de libertad propia de los surfistas. En términos de Herbert Marcuse, “la dominación -disfrazada de opulencia y libertad- se extiende a todas las esferas de la existencia pública y privada, integra toda oposición auténtica, absorbe todas las alternativas”(1970: 48).

Este final de *Punto límite* puede interpretarse como una metáfora, de origen norteamericano, sobre una libertad mínima y acotada, propia de la racionalidad capitalista. El destino fatal de Bodhy en su última ola, antes de ser apresado, es un notorio ejemplo de ello. De ese modo, el idealismo de libertad absoluta culmina “ultrajado”. Según lo sostenido por Marcuse, “vivimos y morimos racional y productivamente. Sabemos que la destrucción es el precio del progreso, como la muerte es el precio de la vida, que la renuncia y el esfuerzo son los prerequisites para la gratificación y el placer, que los negocios deben ir adelante y que las alternativas son utópicas. Esta ideología pertenece al aparato social establecido: es un requisito para su continuo funcionamiento y es parte de su racionalidad” (1970:172).

3. DISCURSOS LOCALES: REVISTA *SURFISTA*

En la construcción de toda identidad, entendida como un proceso relacional e intersubjetivo, histórico, simbólico y material, los discursos adquieren gran importancia como materializaciones de los procesos de alterización e identificación. La adopción de la revista *Surfista* como corpus de análisis se debe a que creo que este medio funciona como una representación del discurso de un grupo “institucional” de surfistas marplatenses.

El corpus está conformado por las 31 revistas publicadas entre Marzo-Abril de 1996 (revista N° 20) y Marzo-Abril de 2004 (revista N° 50). Este recorte responde a una lógica diacrónica que intenta dar cuenta de las revistas publicadas en los últimos ocho años de intensos cambios sociopolíticos y económicos en Argentina..

La revista *Surfista*, editada íntegramente en la ciudad de Mar del Plata y con una trayectoria de quince años en el mercado, representa el único medio gráfico nacional emparentado de lleno con el surf. Su ideólogo y editor, Freddy Tórtora, surfista y dirigente de la Federación Argentina de Surf, está legitimado como portavoz del grupo, al igual que el resto de los colaboradores que conforman parte de la revista, por su calidad de “insider” (es decir, se autodefine como “surfista”). En consecuencia, en esta publicación de aparición bimestral, predomina un enunciador legitimado por ser “surfista”, que puede, por ende, usar la primera persona del plural inclusiva como rasgo enunciativo primordial: “nosotros los surfistas”. Es esta condición la que, a mi entender, permite rastrear e interpretar, a través del análisis del discurso de la revista, distintas voces representativas del grupo de surfistas para develar las claves de su agrupamiento.

Como ejemplo de esta condición de “surfistas insiders” que poseen los enunciadores de la publicación, cabe citar lo afirmado por el director de la revista a partir de una foto que mostraba una ola marplatense de gran tamaño, ideal para la práctica de surf:

Una vista de lo que nos espera en la temporada primaveral que comienza. Seguro que la naturaleza nos prodigará días como éste, en los que trataremos de estar presentes y recorrer nuevas rompientes en busca de las mejores olas. (Revista Surfista N° 22/ Octubre-Noviembre 1996. Pág. 56)

En este fragmento, en el que se advierte la presencia de la “retórica” del viaje y de la naturaleza analizada en las películas, se destaca claramente la presencia de un deíctico inclusivo (nosotros) utilizado por un enunciador “insider” (y por ende “surfista”), que participa de los hechos e incluye, a la vez, al destinatario, conformando discursivamente un colectivo que comparte ciertas características.

Por tratarse de una revista especializada dirigida a un target acotado y a un público específico, el destinatario es caracterizado por un rasgo particular (en este caso, su condición de surfista), lo que implica una pertenencia a un colectivo y un código en común entre éste y el enunciador. Es en el contrato de lectura, en términos de Eliseo Verón, en donde esta “complicidad” entre “insiders” queda sellada (a partir de apelaciones al lector que tienden a un acercamiento entre el enunciador y el destinatario), de acuerdo a un lema preexistente y sujeto a la siguiente frase: “De surfistas para surfistas”. De allí, en materia de deícticos, el predominio de un nosotros inclusivo.

No obstante, si bien a través de este contrato de lectura se intenta generar una horizontalidad con el destinatario o lector, prevalece un enunciador que se construye, tal como se verá más adelante, con autoridad, saber y experiencia suficiente en la materia que aborda.

3.1. PENSAR LOS DISCURSOS

Según la definición propuesta por Eliseo Verón, el discurso es entendido como “una configuración espacio-temporal de sentido” (1987:127) que, de acuerdo a lo sostenido por Dominique Maingueneau, puede ser aprehendido a partir de dos abordajes complementarios que implican las dos esferas que el discurso une: “desde el exterior por la *situación de comunicación*; y, desde el interior, por la *escena de enunciación*” (2003:16).

La *situación de comunicación* implica una serie de parámetros (que serán desplegados y citados en relación al corpus de análisis considerado). En una primera instancia se destaca la *finalidad*, en la que la actividad tanto del enunciador como del destinatario debe ajustarse al objetivo acorde al género discursivo en cuestión. Es decir, la revista *Surfista* será entendida como un medio gráfico especializado en surf

tendiente a informar exclusivamente sobre este deporte. El *estatus de los participantes* da cuenta del posicionamiento en el campo social de los participantes, a partir del cual la palabra pasa de un individuo que ocupa un determinado estatus a otro que también posee un estatus en particular. En el caso del medio *Surfista*, el estatus de “especialistas” de los colaboradores y redactores se legitima por su condición de surfistas insiders, quienes comparten, a través de una notoria complicidad enunciativa, los mismos códigos e intereses con los destinatarios. No obstante, más allá de la relación “simétrica” que se intenta generar con el destinatario, el estatus del enunciador es superior como consecuencia de ciertos saberes y recomendaciones que expone en la publicación.

La *dimensión temporal* representa otro de los parámetros propios de una situación de comunicación. Aquí cabe citar a la *periodicidad*, que en el caso de *Surfista* es de aparición bimestral; la *continuidad*, que permite en el corpus analizado variadas sesiones de lectura aunque no tan numerosas como lo es el caso de una novela; y la *caducidad*, a partir de la cual la revista puede desecharse, luego de su período bimestral, con la aparición del siguiente número, o, lo que es más habitual en este tipo de publicaciones, conservarse a modo de colección.

También se destaca el *medio*, conformado por un soporte que en este caso se trata de la modalidad de una revista; y el *plan de texto*, a partir del cual se tiende a informar y exponer todo lo concerniente a surf en sus variadas secciones. En el plan se incluyen las notas, los comentarios de actualidad, las publicidades, la historieta, las entrevistas, y las secciones de fotos. Finalmente, toma lugar *un cierto uso de la lengua* a partir de un discurso periodístico particular, pues acude a la utilización de ciertos términos técnicos y extranjeros, y a una “jerga” particular y en común para con el destinatario.

Por otro lado, la *escena de enunciación* requiere el abordaje de una situación de discurso desde una perspectiva interior al texto, ya que toma forma a partir del enunciado y por él mismo. Esta escena se caracteriza por estar dividida en tres planos complementarios: la escena englobante, la escena genérica y la escenografía.

La primera es aquella que se corresponde con un tipo de discurso. “Define el estatus de los participantes en un cierto espacio pragmático” (Maingueneau, 2003:9). Por ende, la *escena englobante* de la revista *Surfista* se encuentra constituida por el discurso periodístico, aunque especializado en una actividad en particular: el surf.

Por su parte, la *escena genérica* se refiere a un género o subgénero dentro del discurso. En este caso la revista incluye diversos géneros discursivos como el editorial, la crónica de viajes, de eventos, de campeonatos, las entrevistas y las publicidades, que son muchas y retoman el imaginario. Analizaré principalmente los editoriales puesto que sus rasgos genéricos son los que me permiten ver claramente las estrategias discursivas y los posicionamientos de sus enunciadores.

La *escenografía*, a su vez, no es impuesta por el género, sino que tiende a ser construida por el texto mismo. “No es un marco, un decorado, como si el discurso sobreviniera en el interior de un espacio ya construido e independiente de él, sino es lo que la enunciación instauro progresivamente como su propio dispositivo de habla” (Maingueneau, 2002:17). De tal modo, en la revista *Surfista* predomina una escenografía amistosa, amena y cómplice, en donde se ponen en contacto individuos con los mismos gustos, códigos y rasgos identitarios.

El siguiente ejemplo da cuenta de lo anterior:

Tal cual lo anticipamos en el número anterior, desembarcamos en Hawai, la meca del surfing... Buena onda en Hawai, se vibra algo fuerte, lo definiría como la verdadera esencia del surf. Es como que te asombras de estar en el lugar donde nació todo lo que hoy nosotros también disfrutamos.
(Revista *Surfista* N° 37/ Julio- Agosto 2000. Pág.8)

El enunciador utiliza un lenguaje ameno y particular (*buena onda, se vibra algo fuerte*) para construir una identificación con el destinatario y crear una escenografía amistosa y en común de acuerdo a los mismos gustos e intereses compartidos (en este caso: conocer y surfear Hawai, meca del surf).

Es en esta escena de enunciación donde interviene el *ethos* del enunciador, mediante el cual el destinatario es convocado. De acuerdo a la noción de *ethos* desarrollada por Dominique Maingueneau, “se puede establecer que todo texto escrito, incluso si la niega, posee una vocalidad específica que permite relacionarlo con una caracterización del cuerpo del enunciador” (2002: 9). De este modo, el enunciador da de sí mismo una idea psicológica y corporal con la finalidad de que el destinatario se apropie de la misma e interprete el texto a partir de esa figura que se convierte en el “garante” de lo dicho.

Por consiguiente, “el *ethos* se muestra en el acto de la enunciación, no se dice en el enunciado. Se queda por naturaleza en el segundo plano de la enunciación: debe ser

percibido, pero no debe ser hecho objeto del discurso” (2002:3). Tal es así que “no se trata de rasgos estrictamente intra-discursivos porque intervienen también en su elaboración datos exteriores a la palabra propiamente dicha” (2002:4) como, por ejemplo, aquellos que provienen de los imaginarios y representaciones sociales.

En la revista *Surfista*, el enunciador construye un ethos a partir del cual da una idea de sí mismo, presentándose como un “surfista” insider y conocedor de la temática que aborda. Es decir, se construye como perteneciente a un grupo con el que comparte los mismos códigos, gustos, prácticas, estéticas, lenguajes, mientras proclama la pasión por el surf y piensa de la misma manera que el destinatario. De este modo, su condición de “surfista” se afirma, principalmente, al ser partícipe del surf como práctica, crédito que lo legitima y le otorga autoridad.

Podemos ver este ethos en un artículo sobre una playa del sur marplatense, escrito por el director Freddy Tórtora y titulado: “Diva point: Pasaje a la perfección”.

Siempre que nos imaginamos surfeando en algún point de aquellos, nuestra vista interior nos lleva a saborear la perfección: olas tubulares, mar glass, y las mejores historias que podamos vivir. Si querés pegarte el tubo soñado en nuestro país te recomendamos la punta del faro de Mar del Plata... Durante el último mes de marzo dos swells contundentes nos dieron la posibilidad de correr muy buenas olas y presentarles este material.
(Revista *Surfista* N° 21 / Junio-Julio 1996. Pág. 28-29)

Bajo una escenografía onírica y de ensoñación, el enunciador de este texto apela a un nosotros inclusivo al compartir con el destinatario ciertos vocablos técnicos (*point de aquellos, olas tubulares, mar glass, dos swells contundentes*), y un vocabulario o jerga en común (*pegarte el tubo soñado, correr muy buenas olas*). De esta forma, se enuncia, y apela al lector en tanto surfista. Al mismo tiempo, expone una cierta autoridad y experiencia al remarcar su conocimiento y al “recomendar”, lo que se fundamenta en su condición de surfista insider que, al igual que el destinatario, participa de los hechos, de la acción, y del conocimiento del lugar.

Con todo esto, el enunciador, a través del ethos, da cuenta de una cierta identidad que comparte con el destinatario al considerarlo cómplice y partícipe del mismo grupo de surfistas.

Otro ejemplo sobre la construcción del ethos, que realiza un enunciador en la revista, es el siguiente fragmento perteneciente al surfista y biólogo marino, Ricardo Bastida:

Siempre las buscamos, las esperamos y las disfrutamos. Sin embargo, la causa que produce la mayor cantidad de olas que solemos correr los surfistas son las que se forman por la acción del viento, quien ejerce una acción de tipo mecánica sobre la superficie del mar. (Revista Surfista N° 40/ Marzo-Abril 2001. Pág.12)

El enunciador se presenta como un insider entendido en la materia, característica que reafirma al firmar la nota de su autoría como “*biólogo marino y surfista*”. De este modo, se proclama con cierta legitimidad y conocimiento al abordar la temática en cuestión: el proceso de formación de las olas en el mar. También se incluye dentro del grupo junto al destinatario, en el cual intenta fundar su identificación, mediante el ethos que construye, como un surfista insider y con gran experiencia en la materia.

3.2. IDENTIDAD DISCURSIVA

Al ser la revista *Surfista* una publicación elaborada en su totalidad por adeptos insiders, es posible rastrear, a partir de un análisis de los discursos presentes en sus páginas, los distintos parámetros representativos que utilizan estos surfistas marplatenses para construir y comunicar su identidad. La pertenencia implica una modalidad muy presente en los distintos discursos del corpus analizado. A través de la misma, el enunciador (tanto el propio director como cualquiera de los redactores de turno), intenta resaltar el carácter de camaradería y de unión existente entre todos los surfistas como un rasgo notorio de identificación. Para este fin, la citada condición de insider (tanto del enunciador como del destinatario), es renovada constantemente mediante una marcada complicidad y un vínculo en común.

A modo de ejemplificación, en el editorial de la edición número 33, el director opinaba:

Sin dudas la familia creció un pedazo. Mantengamos la esencia y el espíritu del surf. Es fundamental. (Revista Surfista N° 33/ Julio-Agosto 1999. Pág. 8)

De este modo, el enunciador, al emplear el término *familia*, construye un sentimiento de pertenencia complementado con el nosotros inclusivo utilizado que incluye al destinatario. A su vez, este enunciador con una modalidad evaluativa (*es fundamental*), intenta marcar una unión y un sentimiento en común entre todos los surfistas ante una alteridad representada por todos aquellos que no forman parte de la “familia surfera”. Por su parte, los vocablos *esencia* y *espíritu* actúan como subjetivemas, y dan lugar a una intertextualidad sentimental y religiosa que la revista propone para sus adeptos (los surfistas), como vínculo de identificación y unidad.

En cierto modo, puede pensarse una ambigüedad entre la alegría y el lamento como consecuencia del ascenso del número de surfistas. De allí, la utilización de una modalidad imperativa por el enunciador (*mantengamos la esencia y el espíritu del surf*) para conservar la “esencia legitimadora” que caracteriza a los pioneros.

En el editorial de la revista número 24 se sentenciaba:

La legión de seguidores sigue aumentando en forma notable, ya somos muchos. (Revista *Surfista* N°24/ Marzo- Abril 1997. Pág.6)

Al igual que en el ejemplo precedente, predomina un nosotros inclusivo a partir del cual se instaura una pertenencia, de acuerdo a un juicio apreciativo (*en forma notable*) que marca el ascenso del número de surfistas como grupo. En este caso, *legión de seguidores* refiere a una idea de agrupamiento con un mismo fin y con los mismos objetivos y creencias, además de una jerarquía vertical e inamovible puesto que “legión” pertenece a un campo semántico “militar”. En cierto modo, podría pensarse, se apela a una vínculo religioso y castrense de confraternidad y unión.

Por otra parte, en una nota titulada “Surf deporte olímpico” el enunciador manifestaba:

Esperamos el ingreso de nuestro deporte entre las disciplinas olímpicas.
(Revista *Surfista* N° 22/ Octubre-Noviembre 1996. Pág 8)

A través del déictico nosotros inclusivo y del vocablo *nuestro* se intenta fundar la idea de pertenencia, cristalizada mediante el surf como un “deporte-vínculo”. Con esto, se destaca la búsqueda de una mayor notoriedad del surf en el campo deportivo, a través

del arraigo a una identidad nacional para ser expuesta ante los demás países partícipes del posible evento olímpico mencionado.

Tal como fue explicitado con anterioridad, en la construcción de esta pertenencia identitaria el enunciador se presenta en todo momento como un insider y considera como tal al destinatario, aunque hay un diferencial de experiencia y saber entre ambos. A propósito, en un artículo escrito por Daniel Gil, este “pionero” del surf en Mar del Plata y Argentina recordaba aquella primera ola con la que introdujo la actividad en el país:

Bajé el drop y medio descontrolado me ubiqué en la pared que me llevó maravillosamente hasta la playa...Me pareció eterna !!! Fue eterna !!! Siempre estará grabada en los registros de mi memoria terrestre...¿Ustedes saben de lo que hablo, no?. (Revista Surfista N° 23/ Enero-Febrero 1997. Pág.18)

Con este discurso, el enunciador, mediante una modalidad apreciativa (lo feliz), se construye como un insider partícipe de la acción. Pero al mismo tiempo apela a la complicidad, identificación y a la posesión de ciertos conocimientos técnicos por parte del destinatario, los cuales lo determinan también como un surfista insider. Los sentimientos, en común y compartidos, canalizados a través de la felicidad, la alegría y los recuerdos en torno al surf intentan fundar una simetría con el destinatario (*¿Ustedes saben de lo que hablo, no?*). Sin embargo, la experiencia del enunciador en torno al surf y su condición de “surfista pionero” son características que lo legitiman, autorizan, y posicionan sobre gran parte de los destinatarios.

Otro ejemplo de similares características fue encontrado en una nota titulada “El día inolvidable” con la autoría de Freddy Tórtora:

Como siempre, revivir altos momentos es una de las cosas que más se disfruta en nuestras vidas. Si hablamos de lo que más nos gusta, las olas, cada uno tendrá en su pensamiento la mejor ola que corrió en su vida. (Revista Surfista N° 35/ Enero-Febrero 2000. Pág.28)

El enunciador, mediante un nosotros inclusivo, apela a la complicidad (identificación compartida y simétrica) del destinatario a través de los recuerdos vividos sobre una

tabla de surf (*cada uno tendrá en su pensamiento la mejor ola que corrió*). En este caso se presenta nuevamente lo sentimental y se intenta crear un vínculo de pertenencia a partir de los mismos intereses y prácticas en común (*lo que más nos gusta*).

Al igual que en el ejemplo precedente, este enunciador da cuenta de su experiencia y saber para erigirse en portavoz y representante privilegiado del grupo. De allí su poder de apelación.

3.2.1. La alteridad

De acuerdo con la noción de identidad de Alejandro Grimson, “ningún grupo tiene “rasgos” que lo caracterizan, sino en una situación de contraste específica” (1998:1). De allí el carácter relacional que adquiere la identificación, en la cual “las personas y los grupos se identifican de ciertas maneras o de otras en contextos históricos específicos y en el marco de relaciones sociales localizadas” (1998:2).

Distintos discursos presentes en la revista *Surfista* dan prueba de esto, a partir de la construcción de un “nosotros” y un “ellos”.

A modo de ejemplo, el surfista Andrés Petroni en una entrevista efectuada por la revista decía:

*Pienso que el mundo está dividido en los surfers, bodyboarders, kneeboarders, todo lo que se practique en el mar corriendo olas; y por el otro lado la otra gente. Son dos tipos de vida diferentes. Estamos en contacto con la naturaleza todo el tiempo, es algo que hacemos nosotros y las demás personas no saben cómo es. (Revista *Surfista* N° 20/ Marzo-Abril 1996. Pág. 52)*

La construcción del “ellos” refiere a *la otra gente*, quienes, al no formar parte del grupo de surfistas, no comprenden ni comparten un particular estilo de vida. Esta alteridad carece del saber y la experiencia que adquieren los surfistas a través de sus prácticas particulares (*es algo que hacemos nosotros y las demás personas no saben cómo es*). A la vez, el nosotros inclusivo utilizado por el insider enunciador ratifica una pertenencia emparentada a una modalidad de vida en sintonía con la naturaleza, el mar, las olas y la experimentación del surf.

De igual modo, en un artículo denominado “El día esperado” el enunciador utiliza un nosotros inclusivo para remarcar la pertenencia y un vínculo con el destinatario, mientras que al mismo tiempo construye a los otros (*muchas personas*), como externos y carentes de ese “sentimiento” en común que sólo comparten los surfistas entre sí:

Muchas personas no saben qué pasa en nuestras cabezas cuando hay olas. Un sentimiento difícil de imaginar, una fuerza extraña que comienza a surgir de nuestras entrañas, una desesperación por estar ahí en la misma rompiente esperando la mejor ola de la serie. Un sueño que podemos hacer realidad, surfear la mejor, y ni hablar de pegarnos un tubazo, flash total.
(Revista *Surfista* N°23/ Enero-Febrero 1997. Pág. 8)

Otra marca de pertenencia se da a través del lenguaje con términos y jergas particulares (*pegarnos un tubazo* o *flash total*), las que funcionan como rasgos de identificación entre el enunciador y el destinatario. Como en toda jerga, con el empleo de estos términos, los surfistas establecen lazos de pertenencia para, al mismo tiempo, diferenciarse y excluir a los “otros” que no utilizan tales términos.

Del mismo modo, en una entrevista realizada por la revista, unos surfistas pioneros de Santa Teresita construían a los “otros” como externos al grupo, carentes de comprensión, y responsables de provocar una estigmatización sobre los propios surfistas (“los locos del agua incomprensidos”). Aquí, el *nosotros* insta una escenografía irónica para rechazar ese descrédito impuesto sobre los surfistas por una otredad que, ante la presencia de estos pioneros con sus tablas en el mar, expresa una incomprensión que se explica a través de una visión del mundo opuesta o diferente:

Nosotros éramos los locos que andábamos en el agua. La gente nos miraba y no entendía nada. (Revista *Surfista* N°26/ Octubre-Noviembre 1997. Pág.39)

En otro ejemplo, el director Freddy Tórtora afirmaba:

El surfing sigue copando la parada en las ahora aguas frías que bañan nuestras costas. Ya no hay bañistas, tampoco visitantes ni curiosos, pero sí los infaltables surfistas que desde hace muchos años somos compañeros de travesuras del majestuoso mar. (Revista *Surfista* N° 41/ Junio-Julio 2001. Pág. 10)

Los “otros” adquieren en este discurso la categoría de *bañistas, curiosos y visitantes*, a partir de lo cual el enunciador establece, mediante un nosotros inclusivo, un vínculo de complicidad (relación de simetría) con el lector para instaurar una pertenencia identitaria como surfistas y remarcar la diferenciación. Con un vocabulario juvenil (*copando la parada*), y una localización temporal (invierno), este enunciador establece una relación afectiva y estrecha con el mar bajo una escenografía lúdica, infantil y jovial (*compañeros de travesuras del majestuoso mar*). De este modo, los surfistas son contruidos como fieles y devotos poseedores de las playas (*nuestras costas*), a lo largo de todo el año y ante cualquier tipo de clima (*los infaltables surfistas*), en plena interacción con la naturaleza y el mar.

Por otra parte, es interesante notar que, en los ejemplos en los que se construye la alteridad, las diferencias internas del grupo en cuanto al saber y la experiencia desaparecen.

Del mismo modo, a partir de un artículo escrito por Ricardo Bastida y titulado “Cabo Corrientes: volviendo a la leyenda del surf argentino”, este biólogo marino y surfista, tal como se identifica en todas sus notas, recordaba:

Recuerdo perfectamente aquellos días de grandes olas que convocaban a numerosos espectadores que, totalmente sorprendidos por este nuevo deporte, nos veían deslizarnos sobre el agua y soportar las bajas temperaturas del invierno. (Revista Surfista N° 42/ Septiembre-Octubre 2001. Pág.14)

En este discurso caracterizado por una localización temporal (invierno), el enunciador personifica a la otredad a modo de *numerosos espectadores* partícipes del ritual desplegado por los surfistas en el mar (*nos veían deslizarnos sobre el agua: nosotros inclusivo*). Estos espectadores son presentados como poco entendidos y sorprendidos por la práctica de los surfistas pioneros que, ante las bajas temperaturas invernales, permanecían entre las olas del océano. Con esto, el enunciador intenta fundar una diferenciación con respecto a una alteridad que observa pero no participa, ni comparte (y muchas veces no comprende), las prácticas, códigos, creencias, y rituales de los surfistas. Por su parte, es Gerd Baumann quien entiende a los rituales como representaciones simbólicas desarrolladas por un grupo social y dirigidas siempre hacia

un otro; cuestión que será abordada con mayor detenimiento en ocasión del análisis etnográfico (Capítulo 4).

3.3. -PROCLAMANDO LA IDENTIDAD

3.3.1. La identidad del surf

Para los “surfistas marplatenses mediáticos” el surf es un estilo de vida. Los surfistas son contruidos y representados como adeptos a una actividad que representa un verdadero estilo de vida en pleno contacto con la naturaleza y el mar. Esto es posible relacionarlo, de acuerdo con Todorov, con la lectura más difundida del del *mito del buen salvaje*, según el cual el hombre en su estado natural y primitivo era un ser libre y feliz, para luego mutar y convertirse en un mortal corrupto y desdichado producto de la civilización y del estado de sociedad al cual ingresó (cfr.1991).

Lo anterior es construido en la revista *Surfista*, a través de los siguientes fragmentos que a continuación menciono a modo de ejemplos. En una entrevista efectuada por la revista, el surfista y empresario Santiago Aguerre, propietario de la empresa Reef Brazil, contaba:

Al surf nacional lo veo como algo más que un deporte, y por ende me gustaría que siga creciendo. Y no nos olvidemos que por algo el estilo de vida del surf es tan embriagante. Es aventura, adrenalina, camaradería, y es así porque es lo más cerca que podemos estar en el origen de toda la vida, el mar, el agua. (Revista Surfista N°20/ Marzo-Abril 1996. Pág. 22)

El enunciador utiliza como deíctico un nosotros inclusivo para establecer un vínculo en común con el destinatario y exaltar al surf como un estilo de vida acorde al mar, la naturaleza, la acción y la amistad entre todos los surfistas. También proclama la homogeneidad del grupo de pertenencia y su cohesión a partir de un sentimiento compartido. Para el enunciador, el surf posee un significado simbólico, místico, y espiritual que excede la simple práctica deportiva. Esto da lugar a un estilo de vida emparentado con la adrenalina, diversión, aventura, naturaleza y unidad, características

que provocan una especie de adicción, de efecto asociado al tiempo de ocio y diversión (*embriagante*) en todo aquel que lo adopta y practica.

De igual modo, en el editorial de la edición número 29, el director de la revista expresaba lo siguiente:

El surf ya es algo más que una actividad deportiva, es un estilo de vida que cada vez atrae a más adictos. Como suelo decir: energía para nuestras vidas. (Revista *Surfista* N° 29/ Junio-Julio 1998. Pág. 10)

Con un nosotros inclusivo y una modalidad lógica de certidumbre, el enunciador considera simbólicamente al surf como un *estilo de vida* generador de energía y ligado a la espiritualidad e interioridad, lo cual lo diferencia de otras actividades deportivas. Este “estilo de vida” propio del surf es presentado como una “adicción” que se apodera de todo surfista y lo diferencia de una alteridad que no comparte ni experimenta tales creencias y prácticas. Este componente adictivo propio del surf parece estar desprovisto de una connotación negativa. El surf como “adicción” más bien es construido y homologado a un estilo de vida colmado de diversión, aventura y naturaleza.

Por su parte, el surfista y shaper (fabricante de tablas de surf), Oscar Largui opinaba:

Para mí la experiencia surfística es básicamente diversión. El alma del surf es la alegría de la interacción con la eternamente cambiante energía del mar. Eso es lo que nos hace a los surfistas volver y volver al mar en busca de más olas. (Revista *Surfista* N°39/ Diciembre-Enero 2000. Pág. 62)

A partir de una modalidad apreciativa (expresada en una opinión) y de un nosotros inclusivo, este enunciador radica el sentido del surf en la diversión que genera la actividad, en conjunción a la alegría, el ocio y a la interacción con el mar y la naturaleza. Son estas características lúdicas, acompañadas de lo sentimental y espiritual (*alma del surf, energía*), las que utilizan los “representantes mediáticos” de los surfistas para construir identitariamente al surf como rasgo propio de diferenciación. Aquí también se instaura el componente “adictivo” del surf emparentado con la diversión y el estilo de vida que genera la actividad en todo adepto (*volver y volver al mar en busca de más olas*). Esta diversión y alegría propia del surf es construida como una especie de

vocación o modalidad de vida en particular que despierta un carácter “adictivo” e irreversible en todo surfista.

En el artículo titulado “El espíritu del surf y los delfines”, las palabras de Ricardo Bastida rezaban lo siguiente:

Quien crea que el surf se limita a pararse sobre una tabla y simplemente correr una ola seguramente equivocó el camino. Aspectos fundamentalmente espirituales, más que deportivos, fueron los que dieron lugar a esta vocación o casi un estilo de vida.

Sin dudas que deslizarse por una inmensa pared de agua, luego entubarse dentro de una catedral de cristal líquido y sentir el fluir de la adrenalina es algo realmente sublime. Pero si no estuvieran presentes los demás ingredientes que rodean al surf, el mismo no tendría razón de ser.

La dinámica belleza del mar, el sol que te calienta y dora la piel, los increíbles colores del atardecer, el frío que te paraliza, el sentido de la pequeñez que te dan las tormentas y los grandes swells, y finalmente el dulce y profundo cansancio luego de una jornada en el mar, cierran el anillo mágico del surf. Si todo esto no existiera, seguramente seríamos muy pocos los surfistas. (Revista Surfista N° 48/ Septiembre-Octubre 2003. Pág. 12)

El enunciador de este discurso apela a la complicidad del destinatario, a quien construye de acuerdo a un nosotros inclusivo para generar su condición de insider. No obstante, en el primer párrafo, al remarcar una cierta incompreensión en algunas personas sobre los valores claves y propios del surf, da lugar a la construcción de un “ellos”.

Luego, reaparece una especie de culto al mito del buen salvaje (descrito precedentemente) centrado en la naturaleza y en todos sus componentes (el sol, el mar, las olas, el clima, las tormentas, el cielo) los factores “mágicos” que conforman la esencia del surf y, por ende, conmueven felizmente a los surfistas. Por otra parte, el enunciador retoma el componente espiritual y místico del surf con “ingredientes” sensitivos (*el sol, los colores del atardecer, el frío, el cansancio, el sentido de pequeñez ante las tormentas*), como factores identitarios de los surfistas y del surf mismo que serán retomados más adelante.

También, el enunciador formula una distinción dentro del grupo al afirmar su carácter de surfista insider e “incondicional”, con respecto a otros surfistas, ante la hipotética inexistencia de los componentes espirituales y naturales, anteriormente mencionados, que rodean al surf (*Si todo esto no existiera, seguramente seríamos muy pocos*).

3.3.2. Libertad, viajes y nomadismo

El “espíritu de libertad”, cristalizado en muchas oportunidades en el emprendimiento de viajes por los siete mares tras la búsqueda de la ola perfecta, implica un estandarte notable de identidad construido a través de los propios discursos presentes en la revista. Tal es así que, en el editorial de la revista número 42, el director de *Surfista* daba cuenta de ello:

Las olas a pesar de todo lo que nos ofrece la vida de hoy nos brindan la oportunidad de sentirnos fluir en total libertad y con la esperanza de correr siempre una mejor. (Revista *Surfista* N° 42/ Septiembre-Octubre 2001. Pág. 10)

Mediante la utilización de un nosotros inclusivo, el enunciador parece “compartir y celebrar”, junto al destinatario, el mito del buen salvaje como una instancia de verdadera felicidad contra el desarrollo técnico y sofisticado de la sociedad moderna. Los surfistas prefieren la naturaleza, las playas y el mar antes que los desarrollos propios de la civilización.

Con esto, se enuncia una crítica implícita a una sociedad moderna que genera subordinaciones e impone reglas. De esta manera se proclama al surf como un emblema de libertad y esperanza envuelto en un marco natural y austero.

Sin embargo, con un análisis más riguroso, parece, a la vez, enunciarse los ideales del liberalismo, tales como la libertad individual del surf como práctica (*fluir en total libertad*) y la búsqueda de nuevas oportunidades y mejoras (*siempre una mejor*).

Por su parte, el surfista y empresario Santiago Aguerre, a través de su artículo “Expandiendo horizontes”, definía ese rasgo viajero y emprendedor propio de los

surfistas como grupo a partir de la pertenencia (nosotros inclusivo), haciendo hincapié en el mítico film *The Endless Summer* y su repercusión aún hoy vigente:

Los surfistas somos una tribu nómada. Nos gusta estar en movimiento. Nos gusta buscar un nuevo pico, o ir a ver qué hay detrás de aquella punta que vemos en el horizonte. La película Endless Summer fue, quizás, la mayor expresión de esta inmigración anual. En este film hecho a mediados de los sesenta dos californianos dan la vuelta al mundo explorando, en busca de olas, todos los continentes. Esta película fue vista por millones de surfistas, y encendió a nivel masivo la chispa de la explosión de in serch of the perfect wave (en busca de la ola perfecta,) que aún hoy perdura.

Un viaje de aventura de surf no comienza leyendo una revista Surfer para ver dónde todos fueron, poder copiarlos e ir también. Una buena aventura de surf debe comenzar como lo haría una tribu de nómades. Hay en la tribu una necesidad de hallazgo, de viaje, de romper las fronteras, de buscar, de peligro y de exclusividad del área hacia donde sus integrantes se mueven, y es lo que los lleva a viajar. Los surfistas tenemos mucho de esto, y espero que nunca se pierda. (Revista Surfista N° 33/ Julio-Agosto 1999. Pág. 25)

El enunciador, con un nosotros inclusivo que incluye al destinatario, construye identitariamente a los surfistas como una “tribu de nómades”. Con esto da una idea de grupo cerrado y poco sedentario a partir de ciertos requisitos relacionados con la exploración (*necesidad de hallazgo, de viaje, de romper las fronteras, de buscar, de peligro*). También enuncia la exclusividad de los distintos destinos a descubrir, lo que funciona como un rasgo de diferenciación. De esta forma, construye una idea de los surfistas como “grupo de aventureros” abocado en la búsqueda de nuevos horizontes exclusivos (*exclusividad del área*) y capaz de enfrentar el peligro. En cierta forma, puede pensarse a los surfistas como un grupo de conquistadores coloniales que aspira a descubrir destinos - y olas - nunca antes conocidos en pos de apropiarse de los mismos para su propio beneficio. La originalidad y la investigación son presentadas como dos cualidades necesarias e indispensables para abordar tal cometido.

Sin embargo, este enunciador da cuenta de un “otro interno” en el grupo de surfistas al trazar una frontera simbólica entre los “surfistas verdaderos” (entre los cuales se inscribe) que se adentran en la aventura y en el descubrimiento de nuevas costas y olas,

y aquellos “surfistas no verdaderos” que se limitan a “copiar” el proceder de los “verdaderos”. Todo ello es expresado por un enunciador que se proclama con autoridad suficiente como para referirse al tema y adoptar, al mismo tiempo, una función instructiva y demarcatoria.

Claros ejemplos de este nomadismo característico en el discurso de la revista *Surfista* son los siguientes discursos proclamados por los mismos viajeros, en búsqueda de mejores olas y de condiciones climatológicas más cálidas:

Comencé a surfear en Ubatuba hace cinco años, y desde entonces todos los inviernos me voy un par de meses. (Revista *Surfista* N° 27/ Enero-Febrero 1998. Pág. 46)

Este fragmento extraído de una entrevista realizada por la revista al surfista marplatense Luis Pérez Orsi responde a esa búsqueda constante de olas y viajes. De allí, la presencia de la primera persona del singular (“yo”) en el enunciador.

En otra entrevista realizada por la revista al surfista marplatense Sebastián Couceiro, este enunciador narra en primera persona del singular (“yo”) su experiencia particular:

Después del mundial tengo pensado ir a trabajar a California. De paso surfear las olas del Pacífico. No tengo destino, así que pienso recorrer la costa y donde pinte un trabajo más o menos estable y que encuentre un lugar para vivir cerca de la playa, listo, ahí voy a estar. Después quiero ir a Hawai y más adelante a Indonesia o Sudáfrica. Y como siempre, volver a México, que es como mi segundo hogar. (Revista *Surfista* N° 36/ Abril-Mayo 2000. Pág. 88)

En este fragmento, cabe destacar la celebración del “carácter improvisado” de muchos de los viajes que realizan los surfistas marplatenses en la búsqueda de olas por el mundo. *No tengo destino, así que pienso recorrer la costa y donde pinte un trabajo más o menos estable y que encuentre un lugar para vivir cerca de la playa, listo, ahí voy a estar*, es un claro ejemplo de la carencia de planificación y del espíritu de aventura y exploración mencionado anteriormente. Para los surfistas, las olas y las playas con clima cálido son lo primordial de cada viaje. A través del “nomadismo” de

los surfistas puede apreciarse una vida anclada en el presente con un futuro expectante y expuesto a una aventura sin fronteras.

Del mismo modo que en los ejemplos anteriores, la cuestión espacial adquiere relevante importancia en relación con los destinos de viajes. En este caso, el enunciador, a través de una modalidad apreciativa (*alucinante*) y de un nosotros inclusivo cómplice, hace hincapié en un entorno geográfico clave y de ensueño para cualquier surfista: Indonesia:

Continuando con las notas de Indonesia, en esta oportunidad les presentamos un lugar alucinante como el que todos los surfers aspiramos a conocer. (Revista *Surfista* N° 39/ Diciembre- Enero 2000. Pág. 46)

El término *alucinante* remite a una escenografía de ensoñación, construída por el enunciador, a la hora de reflejar un destino de gran importancia para los surfistas. De este modo, se pasa de una apreciación sensitiva a un plano “esotérico”, vinculado con la imaginación, para exaltar sus cualidades y provocar el interés en el lector (y en el posible viajero).

3.3.3. Consumo y símbolos

En la revista *Surfista*, diversos discursos emparentados al consumo (cuestión tratada con mayor detenimiento en el análisis etnográfico), también ocupan un lugar. De acuerdo a la representación discursiva en la revista, los surfistas marplatenses expresan simbólicamente su identidad a través del consumo y se diferencian de los otros. Por ende, “la posesión o acceso a cierto tipo de productos implica acceder a un modo particular de experimentar el mundo que se traduce en adscripciones y diferenciaciones identitarias” (Reguillo Cruz, 2000:81).

En el editorial de la revista número 28, el director manifestaba cierta atención al momento del consumo:

Sigamos haciendo fuerza para que las empresas apoyen aún más a nuestros deportistas, y para que aquellos que usan la imagen del surf para vender sus productos se saquen la careta y den una colaboración. (Revista *Surfista* N° 28/ Marzo-Abril 1998. Pág. 11)

De este modo, mediante un nosotros inclusivo, el enunciador instaura una pertenencia con el destinatario para, al mismo tiempo, construir una otredad conformada por todos aquellos que lucran con el surf pero que no apoyan o invierten en el deporte. Asimismo, a través de este discurso se intenta lograr una complicidad con el lector en pos de alentarlo hacia un cometido en común: “desenmascarar” a las empresas que no aportan nada al surf. En consecuencia, lo que se quiere es presionar, de algún modo, a que aquellas empresas que no publicitan en campeonatos ni apoyan a los competidores reviertan su actitud y comiencen a hacerlo. El objetivo primordial del enunciador es generar una conciencia en el destinatario para que pueda discriminar y, por ende, consumir los productos de aquellas empresas que sí aportan y apoyan monetariamente al surf y a los surfistas. Para esto, el enunciador se construye con una imagen que permite la persuasión (mediante una complicidad creada enunciativamente con un nosotros inclusivo) sobre el destinatario.

Siendo la publicidad un elemento clave a la hora de promocionar y proclamar el consumo de determinados productos o servicios, consideré apropiado rescatar el siguiente discurso perteneciente a un aviso de VOLCOM, empresa multinacional de “surf-wear” o ropa de surf de origen norteamericano:

La nueva subcultura de tablistas. Es este grupo de excéntricos únicos que ha escogido combinar el surfing, snowboarding y skating como su ritual, su pan diario. Innumerables viajes, generalmente sin dinero, divirtiéndose con los amigos, sin importar lo que la otra gente piense. No todo será perfecto pero el alma se mantiene viva. Nosotros, la gran juventud protagonista. (Revista Surfista N° 32/ Abril-Mayo 1999. Pág. 40)

A través de este discurso publicitario, se intenta enumerar distintos rasgos identitarios de esta *subcultura de tablistas* a partir de la audacia, la excentricidad y la amistad, depositadas en sus rituales, sus viajes, y sus creencias, sin obviar la construcción de un “ellos” conformado por *la otra gente* en su calidad de visión del mundo opuesta o diferente. Luego, con el complemento de un nosotros inclusivo, se busca apelar a una pertenencia común con el destinatario para lograr una identificación y exaltar su condición de partícipe elocuente en esta subcultura juvenil *protagonista*. No obstante, cabe remarcar el paso enunciativo de *este grupo..* a *nosotros* (deíctico

inclusivo) a través de la enumeración de los distintos rasgos identitarios. Por su parte, con la frase “*Nosotros, la gran juventud protagonista*” lo que se intenta es afirmar la presencia e identidad de los tablistas en el orden social como grupo existencial y vigente.

De igual modo, cabe destacar una intertextualidad religiosa que recorre todo el discurso, al considerarse la práctica de estas actividades de deslizamiento como un *ritual, un pan diario*, que permite la mantención del *alma viva*; recursos eclesiásticos que intentan expresar una singular religión de adeptos “tablistas”.

Por otra parte, la tabla de surf es el elemento por excelencia que identifica y, a la vez, diferencia a todo surfista. Según los “voceros mediáticos” del grupo de surfistas, un gran poder simbólico y místico late en torno a ellas.

En un artículo titulado “Cómo se fabrica una tabla” el surfista y shaper (fabricante de tablas) Oscar Largui sentenciaba al respecto:

Quién de nosotros no ha mirado y mirado su primer tabla (o cualquier tabla), preguntándose cómo es que estaba pintada, cómo se lograba esa cobertura brillante como un vidrio, o cómo era que las quillas se fijaban en su posición.

También más de uno de nosotros emprendió la tarea de reparar sus tablas, comprando lijas, resinas, y con más voluntad que técnica ensuciando todo cuanto había a nuestro alrededor. En realidad el resultado poco importaba. Era el hecho de habernos involucrado con la tabla lo que nos enorgullecía y nos ponía un paso más cerca del misterio. (Revista Surfista N° 41/ Junio-Julio 2001. Pág. 68)

El enunciador utiliza un nosotros inclusivo para generar una complicidad (relación de simetría con el lector) e identificación con el destinatario en cuanto al interés por las tablas y al deseo de deducir los enigmas que recaen sobre el proceso de su fabricación. De esta forma, se intenta compartir y develar estos secretos en un marco compuesto por insiders como portadores de los mismos gustos e intereses en común. El enigma y misterio existente sobre las tablas genera una idea de misticismo religioso posible de develarse a través de un especialista (fabricante), o, en su defecto, con las peripecias del ensayo y error. El enunciador, con reconocida autoridad en la materia como consecuencia de su oficio (fabricante de tablas), da cuenta del interés que despierta el

proceso de fabricación de una tabla de surf en todo surfista, junto a la admiración que éstos disponen sobre aquellos. De esta forma, enuncia el carácter místico y simbólico que envuelve a toda tabla e identifica a los surfistas con su posesión. Es que los grupos étnicos -según Barth (1969)- además de compartir rasgos diacríticos como señales y emblemas de la pertenencia grupal, también comparten una orientación básica a valores que les permiten juzgar y ser juzgados.

Por otro lado, la moda existente en torno al surf es una cuestión que engendra variadas opiniones entre los surfistas mediáticos, cuestión que se presenta en algunos discursos. En relación con esto, el surfista y empresario Fernando Aguerre afirmaba, a través de una entrevista publicada en la revista, lo siguiente:

El surf tiene también mucha moda. Hay flacos que bajan la tabla a la playa para dejarla en la arena. Pero eso hay en todos lados. (Revista Surfista N° 40/ Abril-Mayo 2001. Pág. 66)

Con este discurso se construye una alteridad reflejada en aquellos (*flacos*) que utilizan el consumo de artículos de surf para proclamarse o identificarse como surfistas. Es decir, lo que el enunciador intenta es remarcar su condición original de insider ante aquellos “invasores” que adquieren e imitan una fachada ajena mediante rituales (bajar la tabla a la playa y dejarla en la arena), sin una correcta significación simbólica propia de un verdadero surfista que posee una práctica específica. Se trata de meros significantes (signos diacríticos) desprovistos de todo valor simbólico.

3.3.4. Ecología

En la revista *Surfista*, numerosos discursos abordan la temática ecológica. A modo de ejemplo, en una entrevista publicada en la revista, el surfista y empresario Santiago Aguerre apelaba, mediante un nosotros inclusivo, por la preservación del mar, que definía, a partir de un vínculo de pertenencia con el destinatario, como un “*parque*” recreativo. Ello acarrea una idea de diversión, infancia, y felicidad, al otorgarle al mar una pulsión lúdica:

Cuidemos a nuestro parque de diversiones: el mar. (Revista Surfista N° 20/ Marzo-Abril 1996. Pág.22)

En un artículo denominado “15 años de Surfrider Foundation” (fundación con sedes en distintas costas del mundo, e integrada por surfistas, que posee como objetivo preservar las playas y mares de la contaminación) se afirmaba:

Como surfer uno espera la ondulación posta. Cuando viene estamos ya preparados, en buena forma y disposición, nos levantamos temprano para surfear, tenemos las tablas para el tamaño de ola que está rompiendo. El activismo por la ecología es lo mismo, tenemos que organizarnos de manera pensada y programada. (Revista Surfista N°34/ Octubre-Noviembre 1999. Pág. 14)

El enunciador utiliza un nosotros inclusivo, que incluye al destinatario para apelar a un objetivo en común: defender en forma organizada el medio ambiente. Cabe señalar el empleo de un vocabulario ameno, jovial y en común con el lector, lo que queda demostrado con el término *posta*. También, el enunciador establece una analogía entre la posesión de las tablas adecuadas y el activismo ecológico. Con ello intenta lograr en el destinatario, instructivamente, una conciencia ecológica a través de una organización previa y programada para la preservación costera.

De igual modo, en una nota propia de una Escuela de surf su autor explicaba:

Los surfistas no solamente jugamos en el océano, sino que también lo cuidamos y defendemos. Simplemente porque el mar es vida, y porque las olas son nuestro combustible que día a día nos renueva con su energía. Esta forma de ver la vida es transmitida a niños, jóvenes y adultos, quienes luego de haber surfado sus primeras olas quedarán para siempre íntimamente ligados al mar y al surf; y esto hará que cada día que pase más gente tenga esa conciencia que necesita el planeta en este tercer milenio. (Revista Surfista N°36/ Abril-Mayo. Pág. 92)

A través del nosotros inclusivo y un carácter pedagógico, el enunciador transmite la conciencia ecológica que “poseen” los surfistas. Al mismo tiempo, utiliza una referencia lúdica para definir, en complicidad con el destinatario, su práctica como surfista, “haciendo culto” al mito del buen salvaje de acuerdo a un estilo de vida en plena sintonía con la naturaleza. Esta conexión con la naturaleza, a través del mar y el surf, es

proclamada con un discurso ecológico en pos de *lograr esa conciencia que necesita el planeta en este tercer milenio*. De este modo, se emite una crítica ante una carencia de responsabilidad ecológica.

A su vez, la construcción de un “ellos” remite a aquellos *niños, jóvenes y adultos* no surfistas, quienes, luego de adentrarse en el deporte, pasarán a conformar parte del “nosotros”. Para esto, el enunciador plantea como necesario un “rito de iniciación” con el objetivo de inculcar y transmitir ese estilo de vida, propio del surf, que liga estrechamente a los surfistas.

Nuevamente, aquí aparecen los sentimientos hacia el mar y las olas como fuente y dosis de energía (*nuestro combustible*) y un enunciador pedagógico que proclama a los surfistas como partícipes de una misión social e identitaria en común: preservar el ecosistema marítimo. De algún modo, a través de este discurso, existe una descarga contra una “otredad crítica” que estigmatiza a los surfistas y los excluye de toda utilidad social, al tiempo que no cuida la naturaleza.

Otro ejemplo de la inclusión del discurso ecológico aparece en un artículo titulado “Algo huele mal en Mar de Plata”, escrito por Ricardo Bastida (biólogo marino y surfista):

Nosotros como surfistas tenemos un doble compromiso con nuestro ambiente costero. Somos habitantes de esta ciudad y tal vez quienes disfrutamos más de este entorno de playas, mar, y olas. Para muchos, incluso, se ha convertido en una verdadera filosofía de vida. Por todo ello, y como verdaderos surfistas, debemos tener una participación activa en la conservación de nuestras costas. No ensucies tu playa, ayuda a limpiarla, denuncia a quienes ilegalmente la destruyen y también a las autoridades que no cumplan con sus obligaciones. Todavía quedan muchas generaciones de surfistas por venir. (Revista Surfista N°44/ Octubre- Noviembre 2002. Pág.12)

A partir de un nosotros inclusivo, el enunciador intenta apelar a un vínculo en común con el destinatario para resguardar las playas y proteger el ambiente costero en su totalidad. Con este objetivo, se enuncia una alteridad que implica a las autoridades incumplidoras de sus mandatos y a quienes destruyen y contaminan las playas; sentencia que excluye de tal daño y responsabilidad a los propios surfistas.

Al mismo tiempo, a través de “una participación activa” en la ecología se enuncia la autenticidad del surfista (*como verdaderos surfistas*). Por su parte, el enunciador, como consecuencia de su formación profesional (biólogo marino) y de su condición de surfista, se presenta con autoridad suficiente en la materia para inculcar e instruir al destinatario, apelando a él en forma directa (*No ensucies tu playa...*)

3.3.5. Ética entre surfistas

Tal como será abordado en el análisis etnográfico, el surf como “práctica deportiva” carece de normas y reglamentos escritos. No obstante, los surfistas poseen una serie de reglas éticas, adquiridas en la misma práctica, que regulan sus comportamientos en el mar. En una nota escrita por Ricardo Bastida y titulada “La ética en el surf”, este tema era desarrollado del siguiente modo:

“...quienes practicamos este deporte desde hace muchos años hemos aprendido que existen normas que hacen a la ética del surfista y que gracias a éstas ha sido posible que un alto número de fanáticos puedan compartir diferentes points del mundo. (Revista Surfista N° 41/ Junio-Julio. Pág.36)

El enunciador se construye como depositario de una cierta autoridad y conocimiento para abordar la temática en cuestión: la ética y las normas a cumplir por los surfistas para un correcto proceder en el mar. Dicha autoridad es validada a partir de su experiencia y de su larga trayectoria como insider. De este modo, da cuenta de una “normativa interna” que prevalece entre los surfistas y cuyo respeto permite compartir las olas en forma ordenada y armónica.

En sintonía con estas reglas también se da un fenómeno denominado entre los surfistas como “localismo”, crédito que otorga a aquellos surfistas habitúes de una misma playa una notable prioridad sobre las olas. En consecuencia, existen casos en los que estos “locales” utilizan esas reglas en beneficio propio, concentrando el poder para sí y expulsando a todo posible foráneo de “sus” olas o playas. De este modo, demarcan y restringen su “territorio” a través de estigmatizaciones o intimidaciones violentas. En relación con esto, en una entrevista de la revista, titulada “J-Bay session”, el surfista

marplatense Santiago Di Pace narra ciertos percances con algunos surfistas “locales” sudafricanos:

Un local me encaró y llamándome la atención me dijo: estás agarrando demasiadas olas, y sacando un cuchillo grande me dijo: cortala. En muchos points los locales son bravos, tenés que tener cuidado. (Revista Surfista N° 23/ Enero-Febrero 1997. Pág. 37)

El “localismo” (de acuerdo al análisis etnográfico desarrollado en el Capítulo 4), es un fenómeno del surf muy común en todas las playas. A través de dicho fenómeno se intenta resguardar las olas de los posibles “invasores” e imponer “ciertas prioridades” sobre los foráneos. El respeto de las “normas”, en pos de conservar la primacía de las olas en una playa en particular, es el objetivo de todo “local”. No obstante, existen grupos de surfistas que actúan por encima de las tales normas y recurren a la violencia para alejar definitivamente al surfista visitante. De este modo, toma lugar un “nosotros” y un “ellos” entre los mismos surfistas: surfistas “locales” frente a surfistas “no locales”, fenómeno demarcatorio que se suma a las jerarquías basadas en el saber y la experiencia.

Este “localismo” existente en la mayoría de las playas puede interpretarse como una especie de “territorialismo” ejercido por un grupo de surfistas con vistas a contrarrestar la llegada y el ascenso de adeptos en una determinada playa. Es decir, debido a la movilidad y a la constante búsqueda de nuevas olas por parte de muchos surfistas, el “localismo” tiende a resguardar los “espacios” ante los presuntos invasores producto de esa tendencia nómada.

3.3.6. El lenguaje de la playa

Ciertos términos presentes en los discursos de los surfistas parecen funcionar como emblemas identitarios, como generadores de pertenencia y, al mismo tiempo, de diferenciación. La historieta *Arelo surf-comic*, publicada en la revista *Surfista*, es un fiel reflejo de esta especie de jerga que utilizan los representantes mediáticos de los surfistas marplatenses a la hora de esbozar sus discursos y expresiones:

Tanta gente cornaleando (Revista *Surfista* N° 30/ Octubre-Noviembre 1998. Pág. 50)

Con esto de que el surf está de moda cada día hay más cornalos en el agua. (Revista *Surfista* N° 30/ Octubre-Noviembre 1998. Pág. 50)

El término “cornalo”, entre tantos otros, es un recurso empleado por la revista a la hora de arrojar un descrédito sobre un “outsider” que quiere “pertenecer”. En términos de Erving Goffman, el estigma es un término “que arroja un descrédito profundo sobre aquel que lo lleva” (Martini, 1994:7). Con dicha denominación se efectúa una demarcación entre “surfistas verdaderos” y “surfistas no verdaderos” de acuerdo a la experiencia, el saber y la autenticidad.

De este modo, se intenta generar una evaluación peyorativa en todo “surfista no auténtico” o “cornalo”, al ser considerado carente de dominio, poco hábil con la tabla y con escaso saber. Es decir, como un “otro” dentro del grupo. Generalmente, tales observaciones son realizadas por surfistas locales que intentan remarcar su autoridad sobre determinadas playas o balnearios, con ansias de alejar a todo posible foráneo. Para ello, recurren a las estigmatizaciones en pos de imponer una autenticidad y generar una diferencia que les acredite, ante esos “otros” no auténticos, su dominio y poder.

Al mismo tiempo, cabe recalcarlo, en la revista *Surfista* predomina una gran cantidad de términos técnicos sobre surf expresados en inglés. Esta cuestión, de notable importancia, será analizada con mayor detenimiento, posteriormente, en el Capítulo 4, bajo el subtítulo “Habladurías de surfistas” (4.2.).

3.4. IMAGINARIOS DISCURSIVOS

Por tratarse de una publicación elaborada íntegramente por surfistas insiders, el imaginario que se expresa a través de la revista *Surfista* se construye identificando y vinculando a los surfistas entre sí. “El imaginario permite la pertenencia, por eso designa su identidad colectiva y en esta operación lo que hace es marcar su territorio y las fronteras de éste, definir sus relaciones con los otros, formar imágenes de amigos y enemigos, de rivales y de aliados” (Martini y Halpern, 1998: 99).

De todos modos, sobre los surfistas marplatenses, como actores y partícipes de una sociedad, también repercute un imaginario social existente en torno a ellos. Los medios, en esto, cumplen un papel notorio. La película *Punto límite*, analizada con anterioridad en el Capítulo 2, es un claro ejemplo de cómo un producto mediático y masivo tiende a construir y difundir un cierto imaginario en la sociedad. Esta influencia se destaca en diversos discursos, los cuales expresan la presencia de una estigmatización vigente en un comienzo.

Siempre tuvimos la fama de vagos y fumones. Es la oportunidad de demostrar que somos los guardianes de la costa. Estamos cuando llueve, hace frío. En las peores condiciones frecuentamos la playa. (Revista Surfista N°30/ Octubre-Noviembre 1998. Pág. 22)

Con este discurso y a partir de un nosotros inclusivo, el enunciador da cuenta del imaginario social y del estigma existente sobre los surfistas (*vagos y fumones*). Por ende, y ante tal imaginario que los expresa como perezosos y adictos a la marihuana, se proclama la “conciencia surfista” en torno a la ecología y el medio ambiente. De igual modo, se apela al sacrificio personal propio de todo surfista como “guardián de la playa”. De este modo se desea revertir esa estigmatización construida por los “otros” que subyace en los surfistas.

De igual modo, el surfista Marcelo Galindo expresaba:

El surf es algo que yo lo llevo adentro. Siento la necesidad de ir al agua, meterme casi todos los días, estar con mis amigos en el agua. El surf es un deporte que te atrapa mucho, es como que necesitas esa dosis de adrenalina diaria. Antes ser surfista era un poco marginal, como un vago que estaba en la playa. Hoy por hoy ya cambió bastante el concepto, tiene como otro estatus y formás parte de algo que está de moda. Pero siento que estoy un poco fuera de todo eso. (Revista Surfista N°38/ Octubre-Noviembre 2000. Pág. 42)

El enunciador de este discurso, luego de expresar parte de un imaginario sobre el surfista que los ve como comprometidos con sus sentimientos y necesidades “internas”, sentencia el fuerte estigma existente sobre los surfistas en un pasado (*un vago que*

estaba en la playa). Dentro de ese “imaginario surfista” evoca el estilo de vida adictivo (*dosis de adrenalina diaria*) y el componente espiritual y religioso que identifica al surf y a los surfistas.

Al mismo tiempo, da cuenta del imaginario social que actualmente circula sobre los surfistas y el surf, muy ligado con los estándares de la moda y del auge comercial, y alejado de la marginalidad del pasado (*algo que está de moda*), aunque se distancia de ese sentido común propio del mercado (*Pero siento que estoy un poco fuera de eso*).

A su vez, el estigma existente en el pasado sobre los surfistas, a partir del cual eran vinculados con la droga y la marginalidad, aparece en la rememoración de Ricardo Bastida:

El surf durante su primera época también era una actividad que injustamente se la asociaba con el consumo de drogas. Afortunadamente hoy día, países como Brasil utilizan al surf como terapia en aquellos jóvenes de clase social muy pobre a los efectos de alejarlos de este flagelo.

(Revista *Surfista* N° 41/ Junio-Julio. Pág. 36)

Con el empleo de dos modalidades apreciativas (*injustamente* y *afortunadamente*), el enunciador de este discurso exalta su imaginario como surfista ante una estigmatización presentada como no vigente. A la vez, marca una diferencia entre dos “etapas temporales”: una primera época en la cual el surf era homologado con las drogas, y un marco actual con el surf como terapia y contención social.

De este modo, el enunciador de este fragmento intenta revertir esa estigmatización existente en un primer momento, a partir del uso de surf, para el tratamiento del mismo flagelo que repercutió negativamente sobre dicha práctica: la droga. Por ende, lo que se intenta es posicionar al surf como una actividad útil e importante dentro del ámbito social.

3.4.1. La espacialidad y la temporalidad del surfista

El tiempo y el espacio poseen marcada presencia en los distintos discursos propios de la revista *Surfista*. Estos dos factores son abordados y orientados por los surfistas de acuerdo con sus intereses, actividades y costumbres.

El espacio, representado por las distintas playas o costas aptas para la práctica de surf, adquiere una importancia destacable como territorio de pertenencia y, a la vez, como lugar simbólico de las prácticas y creencias identitarias. Por otra parte, el tiempo y su tratamiento, emparentado con las diferentes estaciones climatológicas, parecería dar cuenta de una vida anclada de lleno en el presente, de acuerdo al suceso temporal y cíclico que la naturaleza promueve. Tal circunstancia, podría interpretarse como una adaptación al tiempo natural y sus variaciones. Claros ejemplos de lo anterior pueden encontrarse en los siguientes discursos:

En el editorial de la revista número 22, el director afirmaba:

Luego de un invierno muy activo, estamos iniciando la primavera con mucha energía y ganas de poder disfrutar del hermoso clima cálido con olas y buen surfing. (Revista *Surfista* N° 22/ Octubre-Noviembre 1996. Pág. 6)

A través de un nosotros inclusivo, el enunciador hace mención del clima cálido que la primavera (factor temporal) trae consigo con una marcada cuota de alegría y emotividad. No obstante, remarca, pese a las frías condiciones climáticas, un *invierno muy activo*. De ese modo, genera la idea de continuidad a lo largo de todo el año, para remarcar que el surf y los mismos surfistas con sus prácticas no representan solamente un fenómeno pasajero y estival.

Asimismo, en otro editorial, el director mencionaba la llegada de la primavera y el clima cálido, luego de un no muy frío invierno. El espacio permanece representado a través de las distintas playas nombradas (Playa Grande, y las playas del centro y del sur de la ciudad). A su vez, el enunciador se presenta como un insider que recomienda y al mismo tiempo apela a la identificación del destinatario:

El invierno pasó, no muy frío, pero todos sabemos que no es la estación deseada, aunque también tiene su onda. Qué les puedo comentar, surf hubo y del mejor. Todos corrimos buenas sesiones en Playa Grande, el centro y el sur. Pero dejemos el invierno. Ahora estamos en primavera y muy pronto en verano. Hay que prepararse para surfear durante muchos meses con clima cálido. Qué bueno, no. Pónganse las pilas que se viene lo mejor. Les recomiendo octubre, noviembre y diciembre para surfear tranquilos. (Revista *Surfista* N° 26/ Octubre-Noviembre 1997. Pág. 6)

También, el enunciador menciona, pese a la preferencia por el clima cálido, un invierno con mucho surf y oleaje, lo que genera una idea, nuevamente, de continuidad (*el invierno también tiene su onda*). A su vez, con la llegada del clima cálido se recomienda a los destinatarios los meses primaverales como ideales *para surfear tranquilos*. De este modo, se construye una “otredad” representada por los turistas y aquellos surfistas “de verano” (principalmente de Buenos Aires y otras partes del país), que invaden el mar con sus tablas durante la temporada estival.

La cuestión temporal y espacial es retomada en un artículo denominado “Fuera de tiempo: surf en invierno”, en el cual el director de la revista expresaba:

Mientras transcurría el invierno muchos surfistas deambulaban por los mejores points del mundo. Acá, en nuestro país, las olas no nos abandonaron, y por más que estuviésemos fuera de tiempo el surfing estaba ahí, muy cerca de nosotros.

Desde el Partido de la costa a Rawson llegan noticias de las olas que rompen, de campeonatos que se organizan, la gente está con ganas, y el surfing crece. La onda es que aunque estemos fuera de temporada nada para, salva el clima cálido.

Los surfers de Buenos Aires salen de viaje, también traen noticias. Gente interesada en el surf se suma a nuestra onda. La plantita sigue creciendo. Cada vez somos más. Y aunque estuvimos fuera de tiempo, los Rolling siguieron sonando, la música perdura, las olas, el mar, la naturaleza, y nuestra querida relación con todo eso cada vez late más. (Revista Surfista N° 34/ Octubre-Noviembre. Pág. 43)

El enunciador, que utiliza un nosotros inclusivo para establecer la misma pertenencia con el destinatario, recurre a una metáfora biologicista (*la plantita sigue creciendo*), para comunicar la estrecha relación, el crecimiento y el sentimiento siempre vigente hacia el surf, el mar y la naturaleza. Junto al tiempo invernal predominante, el espacio es reflejado a partir de los distintos sectores geográficos mencionados (*points del mundo, nuestro país, Partido de la costa, Rawson*).

Si bien el frío del invierno no es el clima que más agrada a los surfistas (de allí lo de *fuera de tiempo*), nuevamente el enunciador destaca la idea de continuidad (*la onda es*

que aunque estemos fuera de temporada nada para, salvo el clima cálido). Al mismo tiempo, a través de esa continuidad, se intenta generar la idea de constancia, perseverancia y “triumfo” ante la adversidad que representa el clima invernal para la práctica de surf en aguas marplatenses.

También se enuncia una diferencia intra-grupal en torno a los surfistas que viajan durante el invierno en la búsqueda de olas y condiciones climáticas más cálidas, y aquellos que se quedan en Mar de Plata y en sus frías aguas. Junto a ello, se construye, principalmente en aquellos imposibilitados de viajar, un arraigo notorio hacia las costas marplatenses en detrimento de otras playas del mundo. A partir de esto, se genera una visión doble de la espacialidad: aunque la búsqueda del clima cálido y de nuevas olas posee una importancia notable en todo surfista, las playas locales de Mar del Plata son las que actúan, notoriamente, como territorio simbólico de identificación y pertenencia.

Otra alteridad se construye con las categorías: *surfers de Buenos Aires, de Rawson, del Partido de la costa* - así enunciados - quienes, si bien surfean, no pertenecen al grupo de los surfistas marplatenses locales. Nuevamente, la pertenencia a la ciudad y playas de Mar del Plata actúa como esquema de identidad y demarcación.

En el editorial de la revista número 40, el enunciador, a partir de un nosotros inclusivo, remarca un vínculo en común con el destinatario, definiendo el verano y el clima cálido como emblema temporal. A su vez, da cuenta de una “visibilidad” publicitaria, inexistente anteriormente, como consecuencia de la promoción y del auge comercial atribuido a la actividad (*estamos en todos lados*), Por consiguiente, el enunciador utiliza “*y lo más loco*” para remarcar y esa diferencia con respecto a la escasa promoción de la actividad en un pasado:

Tiempo de verano que ya está llegando a su final, pero con la mejor, ya que realmente el surf se posicionó como una de las actividades más promocionadas de esta temporada. ¿Por qué digo esto? Ustedes ya se habrán dado cuenta, surfing por todos lados y lo más loco, como imagen en todas las calles y playas de nuestro territorio argentino. A veces pienso: estamos en todos lados. (Revista *Surfista* N° 40/ Abril-Mayo 2001. Pág. 10)

De igual modo, el surfista Ricardo Bastida en un nota de su autoría titulada “Cabo Corrientes: volviendo a la leyenda del surf argentino”, hacía mención del tiempo otoñal a través de un subjetivema (*genial*):

“La despedida del otoño fue genial. Una seguidilla de muy buenos swells nos hicieron olvidar del frío y para quienes surfeamos en Mar del Plata la adrenalina volvió a impregnar nuestros cuerpos. En realidad no se trató de un swell cualquiera. Este tuvo la exacta dirección, tamaño y fuerza suficiente para que el Cabo volviera a romper. De repente y sin sospecharlo, pudimos regresar al glorioso point de la mejor ola que tuvo la Argentina”. (Revista *Surfista* N° 42/ Septiembre-Octubre 2001. Pág. 14)

El enunciador, a través de un lenguaje insider y una terminología técnica y específica (*swells, point, el Cabo*), menciona la estación otoñal como una época apropiada e ideal para la práctica de surf. De este modo, a diferencia de lo que un outsider poco entendido pudiera imaginar, para los surfistas marplatenses el otoño y la primavera (pese a las condiciones frías que el mar posee), son las estaciones que presentan las mejores marejadas y olas (*swells*). Durante el verano, a diferencia, si bien impera el grato clima cálido, las buenas olas en Mar del Plata tienden a escasear.

Por otra parte, la mención espacial y temporal también aparece en ciertos discursos que hicieron alusión a los graves sucesos por los que atravesó la Argentina en los últimos años. Tras los críticos acontecimientos políticos, económicos y sociales que conmocionaron al país durante el último mes del año 2001, el editorial de la primera revista del 2002 abordó de este modo lo acontecido:

Fin y comienzo de un año muy agitado y problemático, emblema de nuestra Argentina de hoy en día. Aunque a los surfistas nos gusta estar en nuestro mundo, disfrutar de las playas y las olas, no podemos escapar a la triste realidad que nos rodea. (Revista *Surfista* N° 43/ Marzo-Abril 2002. Pág.8)

El enunciador, utilizando un nosotros inclusivo, intenta captar la complicidad del destinatario para dar cuenta de una pertenencia y un imaginario en común envuelto en sus prácticas y creencias a través de una idea de “evasión” (*a los surfistas nos gusta estar en nuestro mundo, disfrutar de las playas y el mar*). A su vez, el enunciador establece que si bien los surfistas construyen un “mundo en particular” para sí mismos, la crisis es una realidad de la cual no es posible huir. También, cabe recalcar la enunciación de una identidad nacional a través de *nuestra Argentina*, envuelta en plena

crisis. Esta cuestión nacional es articulada, por lo general, con la pertenencia a la ciudad de Mar del Plata y sus costas.

Otro fragmento, con una perspectiva de la revista *Surfista* sobre la citada crisis argentina, fue el siguiente:

El pasado mes de diciembre se presentó como una especie de prólogo de todo lo que se daría a lo largo de este complicado 2002. Para los más pesimistas fue sólo el comienzo del fin. Para muchos surfistas, una especie de despedida a los surfaris en busca de la mejor ola y delpreciado calor que tanto extrañamos durante apenas nueve meses. (Revista Surfista N° 44/ Octubre-Noviembre 2002. Pág.14)

El enunciador, a partir de un nosotros inclusivo, da cuenta de las consecuencias y repercusiones de la crisis sobre los surfistas: *una especie de despedida a los surfaris en busca de la mejor ola y delpreciado calor que tanto extrañamos*. A su vez, se menciona el calor como el clima ideal anhelado por todo surfista. Nuevamente, el enunciador construye un “imaginario surfista” muy propio y particular, de acuerdo a las creencias del grupo e interiorizado, principalmente, en sus deseos, preocupaciones y prácticas.

Las opiniones sobre la guerra y los atentados terroristas representaron otros acontecimientos que, de algún modo, fueron abordados por la revista *Surfista*. En una entrevista publicada en la revista y titulada “Fernando Aguerre y la guerra desde California”, este surfista marplatense radicado actualmente en EE.UU. utiliza un nosotros inclusivo para enfatizar la pertenencia y articular un posicionamiento identitario frente al accionar bélico y terrorista:

Los surfistas en general somos anti guerra y pro paz. (Revista Surfista N° 46/ Marzo-Abril 2003. Pág. 23)

La presencia de estas posiciones por parte de algunos “surfistas mediáticos”, en relación con los acontecimientos bélicos desatados globalmente, parece responder a una proclamación de identidad en la cual el grupo de surfistas intenta tomar lugar en tales hechos. De este modo, lo que se intenta es remarcar una postura crítica de los surfistas marplatenses mediáticos al respecto, con fines de desacreditar una estigmatización vigente sobre ellos y revertir la concepción propia de un imaginario social que los liga

con la marginalidad, la violencia y el desinterés sobre y por el mundo. Por ende, se proclaman “anti guerra” y, al mismo tiempo, partícipes de la paz y la vida; postura que se complementa a través de la conciencia y el cuidado ecológico por el que transitan.

Otra observación de gran importancia que se extiende a través de este capítulo es la siguiente: si bien desde la revista *Surfista* se proclama al surf como un estilo de vida (tal como fue analizado), lo que se desea verdaderamente, a partir de una “lectura” más rigurosa, es posicionar a esa práctica (el surf) como un “deporte institucionalizado” y a los surfistas como “deportistas del mar”. En otros términos, se busca el reconocimiento del surf como deporte desde un marco conformado por instituciones y organismos para legitimar la práctica y lograr un carácter organizado y deportivo que distancien al surf y a los surfistas de las connotaciones negativas que parecen presentes en el imaginario de los “otros”.

4. PERSPECTIVA DE LOS SURFISTAS: ANÁLISIS DE ASPECTOS ETNOGRÁFICOS EN MAR DEL PLATA

En el presente capítulo intentaré realizar una aproximación etnográfica de las construcciones identitarias de los surfistas marplatenses para analizar e interpretar en sus discursos los sentidos en torno a sus costumbres, estéticas y prácticas.

La etnografía “es una concepción y práctica de conocimiento que busca comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros (entendidos como actores, agentes o sujetos sociales)”(Guber, 2001:12). Según Clifford Geertz, aquello que define a esta práctica “es cierto tipo de esfuerzo intelectual: una especulación elaborada en términos de, para emplear el concepto de Gilbert Ryle, descripción densa” (1987:21). La explicación e interpretación de las estructuras de significación en la búsqueda del sentido son los pilares de esta descripción densa. “Hacer etnografía es como tratar de leer (en el sentido de interpretar un texto) un manuscrito extranjero, borroso, plagado de elipsis, de incoherencias, de sospechosas enmiendas y de comentarios tendenciosos y además escrito, no en las grafías convencionales de representación sonora, sino en ejemplos volátiles de conducta modelada” (Geertz, 1987: 24).

Por consiguiente, con la finalidad de analizar los índices, las relaciones con los “otros”, los significados atribuidos a ellos, y los sentidos con los cuales los surfistas marplatenses construyen su identidad (entendida como una construcción relacional e histórica), me dirigí hacia la ciudad de Mar del Plata.

Encontrar a los surfistas marplatenses no fue difícil. Con tan sólo la presencia de un mar expulsando buenas olas, o un buen “swell” (marejada) - tal como los surfistas mismos lo expresan - la presencia de este grupo diseminado entre las distintas playas aptas para la práctica de surf, es un hecho notable.

El trabajo de campo, desarrollado en dicha ciudad durante el mes de Enero de 2004, consistió en la observación participante y en entrevistas y charlas efectuadas con los surfistas marplatenses. La observación participante se basó en dos actividades principales: observar sistemática y controladamente todo lo que acontecía en torno a los surfistas y participar en una o varias actividades del grupo. “Hablamos de participar en el sentido de desempeñarse como lo hacen los nativos, de aprender a realizar ciertas actividades y a comportarse como uno más. La participación pone el énfasis en la

experiencia vivida por el investigador apuntando su objetivo a estar adentro de la sociedad estudiada” (Guber, 2001: 57).

Inmerso con los surfistas de Mar del Plata dentro del principal campo de acción, la playa y el mar, logré compartir y participar en gran cantidad de eventos y experiencias tales como campeonatos, mañanas y tardes de surf, fiestas nocturnas en la playa con danzas al compás de los tambores, salidas a lugares típicos de reunión y, a la vez, una exposición artística sobre surf como temática exclusiva.

Para poder iniciar un análisis es necesario contar con algunas definiciones básicas que lo orienten. La teoría sociológica de Pierre Bourdieu es apropiada pues permite inscribir la perspectiva de los actores en las estructuras objetivas de las cuales emana su habitus. Según este autor, la formación social es una serie de campos jerárquicamente organizados en los cuales los agentes humanos portadores de diferentes formas y cantidades de capital (económico, cultural, simbólico, social), participan en luchas para maximizar su control sobre los recursos sociales específicos de un campo determinado. “Ahora bien, estos campos no tienen una estructura estática, sino que son campos de fuerza, de poder, de oposición, de lucha, que bien conservan la estructura o bien, en determinadas ocasiones, la transforman. Los campos funcionan gracias a que los agentes invierten y, así, comprometiendo sus recursos y pretendiendo alcanzar mejores posicionamientos, contribuyen, por su mismo antagonismo, a conservar la estructura o, en ciertas ocasiones, a transformarla” (Alvarez Sousa, 1992:148).

Tal como fue descrito en el Capítulo 1 con el subtítulo “Asociaciones integradoras”(1.1.1.), el campo del surf en Mar del Plata se encuentra inmerso, desde un plano institucional, en arduas luchas de poder y posicionamientos tendientes a dominar la dirigencia de dicha práctica. De allí el surgimiento de un nuevo organismo denominado Federación Argentina de Surfistas (FAS), vinculado con la Asociación Marplatense de Surf (AMS) y otras agrupaciones, para intentar desplazar el dominio vigente de la Asociación de Surf Argentino (ASA) y, en consecuencia, lograr una modificación definitiva en la estructura de este campo.

Desde esta perspectiva analítica, los “surfistas” existen como tales, objetivamente, debido a la existencia de un campo del surf: al mismo tiempo, el surf existe porque hay surfistas. El capital es el factor que permite a su poseedor existir en un determinado campo. Dentro del campo del surf predomina entre los agentes surfistas un capital económico conformado por la posesión de la tabla de surf, y, al mismo tiempo, una

especie de capital “educativo no formal”, sin certificaciones formales pero con valor simbólico, basado en la habilidad y dominio de dicha tabla y en los conocimientos acordes y necesarios a esta práctica. Por ende, como parte de este último capital se destaca, a su vez, el conocimiento de las “reglas éticas” que regulan la “interacción acuática” de los surfistas en función del grupo. Este tema será abordado, posteriormente, en este mismo capítulo con el subtítulo “Los mandamientos del surf”(4.1.3.). En torno a la posesión de tales capitales tienen lugar, dentro del campo, relaciones de poder de las que surgen dominantes y dominados o “surfistas auténticos” y “no auténticos”.

Según Bourdieu (1995), existen límites que restringen el ingreso a un campo determinado. Es decir, los campos poseen barreras de ingreso con el objeto de apartar la competencia. Para ello se recurre a la imposición de cierta definición de la pertenencia a los mismos. Esto es lo que efectúan los surfistas marplatenses para diferenciarse de la otredad. En otros términos, delimitan el campo en pos de imponer una diferencia y excluir a todo aquel que no cumplimente las “exigencias de pertenencia e ingreso” que el propio campo requiere. En ello, la legitimidad identitaria del campo adquiere vital importancia, puesto que permite expulsar o excluir a los surfistas “no auténticos” y a los “no surfistas”.

Por otra parte, Pierre Bourdieu (1995) afirma que cuanto más cerca estén las personas en el espacio social, mayor probabilidad existe de que lleven a cabo una acción conjunta y formen grupos sociales. No obstante, para este autor “no se puede entender la práctica social sin entender al mismo tiempo la estructura que la posibilita y las peculiaridades de la persona que la realiza. Esta persona obra debido a un habitus que es fruto de unas condiciones de existencia objetivamente enclasables. El habitus es una estructura mental que está estructurada por las condiciones de existencia, pero al mismo tiempo estructura los esquemas mentales de las personas que condicionan las prácticas, así como los gustos de las personas que perciben o aprecian las prácticas tanto de su propia clase como de las otras clases, de donde resultan unas prácticas y unas obras que son perfectamente enclasables y dan lugar a estilos de vida diferenciados en base a las prácticas como signos distintivos” (Alvarez Sousa,1992:152). Por ende, aquellas personas que ocupan posiciones similares tienden a poseer habitus similares.

Es preciso recordar que la identidad de un grupo social es un complejo proceso que se configura en el tiempo, en la historia, por lo que está en permanente devenir. Es decir, dicha identidad es constantemente construida y reconstruida a través de la

interacción social de los agentes (surfistas) de acuerdo a un habitus, en términos de Bourdieu, y en un campo con una lógica propia. En relación con esto, la noción de habitus otorga a los miembros de un campo específico una determinada autopercepción y pertenencia identitaria, para asumir significaciones en común y, al mismo tiempo, para “darse a conocer” ante los otros. En otras palabras, este habitus genera un determinado imaginario que estructura la identidad de los agentes dentro de un campo específico.

A partir y dentro de dicho campo es posible el análisis y conocimiento de las visiones sobre el mundo, y las perspectivas y prácticas que estos surfistas, como agentes del mismo, tienen. A continuación, teniendo en cuenta a los surfistas como agentes en el campo del surf, intentaré abordar etnográficamente el análisis para dilucidar sus imaginarios, sentidos y prácticas identitarias.

4.1. SURFEANDO ENTRE IMAGINARIOS

“Siempre nos habían dicho que éramos una pandilla de inconcientes sin cultura. Al principio de los ‘50, cuando empecé a surfear, el comentario más frecuente de padres y amigos era: Cuando crezcas te darás cuenta de que has estado perdiendo el tiempo. Nunca entendí por qué el golf, el tenis, el béisbol, el fútbol, o los equipos de animadoras eran útiles y el surf no”

Bruce Brown - surfista y director del film *The Endless Summer*

La relación existente entre los surfistas y los “otros” es la que tiende a evidenciar el reinado de ciertos imaginarios y a implicar, a su vez, una posible diferenciación. El imaginario social “es el conjunto de imágenes, la representación hecha de memoria, experiencias y proyectos y/o utopías, de que se vale un grupo social para explicar, organizar, ordenar el mundo social, situarse y actuar en él” (Martini y Halpern, 1998:3). Esto es lo que le permite a dicho grupo definir un “nosotros” y, por ende, al mismo tiempo instaurar un “ellos”.

Por su parte, los surfistas marplatenses se consideran partícipes del surf como un “estilo de vida” completo y enérgico que se practica en plena interacción con la

naturaleza, y que requiere de mucha dedicación y práctica. Sin embargo, como miembros de una sociedad más amplia, son conscientes del imaginario instaurado y vigente sobre ellos.

Si bien antiguamente eran considerados “los perezosos de pelo rubio”, emparentados con la droga y la marginalidad, dicho imaginario fue mutando hacia una mirada aparejada a la moda. En ello, sin dudas, los medios tuvieron una gran influencia. Estos “tienen un papel relevante en la construcción de los imaginarios sociales: aportan con su producción de información y de sentido a la construcción que esa sociedad o ese grupo hacen de su imaginario” (Martini y Halpern, 1998:7).

Lucio Eyras, uno de los surfistas de la primera generación, explica:

Cuando los militares terminaron con los desaparecidos empezaron con la droga y el surf. El tener racks en el techo ya era una buena razón para que te revisen todo el auto.

Esta estigmatización existente sobre los surfistas de aquella época fue disminuyendo con el ascenso de los adeptos como consecuencia de la moda y el auge comercial que se gestó en torno al surf por la influencia de los medios y la globalización. No obstante, aún permanecen algunos resabios latentes en el imaginario de los “otros” como consecuencia de aquel período de persecuciones y de connotaciones negativas. Ante esto, los surfistas marplatenses imponen “su” propio imaginario:

El surf es súper sano y no como mucha gente lo ve relacionado con las drogas, nada que ver. Es una sensación única, incomparable, difícil de explicar, y que para conocerlo tienen que probarlo.

La estela de “moda” que rodea actualmente al surf también repercute dentro del imaginario surfista. Aquellos con más años en la práctica así lo explicitan:

Antes el ambiente era más pesado, pero ahora todo es más tranquilo. Mucho pelito largo, mucha facha: te metes en el agua y hay olor a perfume.

Ante la afluencia de público que se acerca al surf por los estándares de la moda, los surfistas marplatenses manifiestan cierta indiferencia, aunque recalcan su “originalidad identitaria” y su trayectoria:

Algunos vieron Punto límite y se hacen los gallos cuando hace sólo dos meses que surfean, sentencian.

Pese a todo, entre los surfistas marplatenses impera un imaginario identitario basado en la pertenencia y la distinción de su “actividad” favorita (el surf), lo cual repercute, a su vez, sobre sí mismos. A modo de ejemplo, Daniel Gil, “pionero” del surf marplatense, profetiza al respecto:

El surf es uno de los caminos de purificación que necesita la humanidad. El hombre requiere meditación, reflexión: para eso el mar es el aliado perfecto.

Ante los “otros”, los surfistas sostienen la “esencia” que los congrega e identifica. De este modo, el surf es construido y presentado con un componente místico y espiritual que lo distingue y diferencia de otras disciplinas físico-deportivas. Junto a ello, tal como será desarrollado más adelante en este capítulo, los surfistas se proclaman adeptos a una disciplina (el surf) con diversos significados filosóficos y sentimentales, los cuales, en su conjunto, dan lugar a una particular modalidad de vida de acuerdo a un entorno netamente natural de playas, olas y mar.

4.1.1. Devotos del océano

Si bien el número de adeptos asciende en gran medida en verano, durante el invierno una gran cantidad de surfistas es la que igualmente continúa con su periódica afición. Pese a las variantes condiciones climatológicas del mar, los surfistas de Mar del Plata son quienes mantienen, a lo largo de todo el año, el inigualable - según ellos - rito de cabalgar olas en sintonía con sus tablas y sus códigos. En la citada ciudad, además, hay bares temáticos donde sólo se exponen videos sobre el tema y locales dedicados exclusivamente a la venta de accesorios y ropa, sin obviar la gran cantidad de fábricas

de tablas (producidas artesanalmente por surfistas), que se erigen, por lo general, muy próximas al mar.

Sin dudas, el primer y principal rasgo de diferenciación, propio de un surfista marplatense, es la posesión de una tabla de surf y un traje de neoprene, con el objetivo de aislar y soportar las frías condiciones del Mar Argentino. Además, la mayoría se distingue por un marcado bronceado y las cabelleras “doradas” o decoloradas producto de largas horas en la playa (a lo largo de todo el año), bajo el efecto del sol y la salinidad. Algunos, los más audaces, adquieren dicha coloración como consecuencia de la parafina:

Te pasás parafina, una especie de cera que frotamos en la tabla para no resbalarnos. Después, te metés en el agua y con varios días de sol te queda así.

Aunque la edad de los surfistas de Mar del Plata es muy amplia, el grueso se encuentra conformado por jóvenes. No obstante, para Mario Margulis la “juventud es un concepto esquivo, construcción histórica y social, y no mera condición de edad” (1996:11). De allí que este sociólogo no considere la existencia de una única juventud, pues en la ciudad moderna las juventudes son múltiples, variando en relación con la clase, el lugar donde viven y la generación a la que pertenecen. Por ende, según este autor, la juventud alude a la identidad social de los sujetos involucrados, conformando parte del sistema de significaciones con que, en cada marco institucional, se definen identidades.

En Mar del Plata, el surf no es exclusividad de los varones. Si bien en un comienzo la primacía de hombres era notoria, con el transcurrir de los años las mujeres fueron ganando terreno. Tal es así que en la actualidad ya es posible observar a una gran cantidad de chicas entre las olas compartiendo sesiones de surf junto a los surfistas de género masculino. Una prueba fehaciente de ello son los campeonatos, exclusivamente, “entre mujeres”, y la existencia de un club femenino de surf, como organismo integrador y difusor entre las chicas.

Por otra parte, y pese a que el surf como práctica posee un carácter individual, según los propios surfistas, la camaradería entre todos los adeptos es algo muy común:

No importa la nacionalidad, religión, ocupación ni la edad. Lo cierto es que todos los surfistas tenemos un punto en común, esa alegría y paz que nos brinda estar en el mar esperando la próxima ola. Es irrelevante el nivel y la cantidad de años que uno tenga en el deporte, porque desde el campeón del mundo hasta el más inexperto, todos, absolutamente todos, compartimos la misma esencia. Ese plus que no se adquiere en el colegio ni en un surf-shop, sino al sentir la sensación de bajar una ola, cualquiera sea su tamaño y dificultad.

Para los surfistas marplatenses el surf funciona como el principal vínculo de unión y fraternidad. El surf se vive y siente entre las olas, y ello es lo que caracteriza e identifica a todo surfista. La legitimidad como “surfista”, en principio, se adquiere en el mar, entre las olas, con una tabla de surf: allí es donde reside la verdadera esencia, la autenticidad, el reconocimiento de los pares, y la unión que ello trae aparejado.

El hecho de compartir las mismas vivencias, sensaciones, y códigos (*alegría, paz*), a partir de una misma práctica en común (el surf), genera entre los surfistas una pertenencia como grupo en pos de lograr una diferenciación ante la alteridad. Este vínculo de unión o sentimiento de pertenencia representa una característica pilar de notable importancia en la construcción identitaria de esta comunidad. Dicha pertenencia es la que lleva a los surfistas marplatenses a identificarse como distintos frente a los “otros”, instaurando a la vez la presencia de un “nosotros”.

Para Mario Margulis y Marcelo Urresti, “los grupos se conforman en sus más idiosincráticas particularidades, en sus caprichos colectivos, en la cuota de extrañamiento que los hace irreductibles frente a los demás, constituyendo alianzas, filiaciones y lazos de hermandad” (2004: 11). De tal modo, los surfistas se construyen como diferentes de acuerdo a una “camaradería y fraternidad” que los nuclea bajo el lema compartido que reza: *Sólo un surfista conoce el sentimiento*. A su vez, se inscriben en un territorio en particular (las playas de Mar del Plata con buenas olas), haciendo de ese espacio un lugar sagrado y simbólico para sus prácticas y costumbres.

Este vínculo de pertenencia, canalizado a través de una misma práctica (el surf), y bajo costumbres, ideales, y formas de vida en común, es el que congrega a los surfistas como grupo y al mismo tiempo los diferencia. Dicha diferenciación es construída en torno a un “ellos”, es decir, a una otredad.

Daniel Gil, “pionero” y profesor de la Academia Argentina de Surf, enuncia al respecto:

Desde el momento en que uno se para sobre una tabla de surf recibe una serie de dones que hacen que el ser humano se transforme y sea diferente. Entre esos dones figuran: la paciencia (que adquirió mientras surfeaba), la voluntad, la perseverancia, el esfuerzo, el valor, la seguridad en sí mismo, la serenidad, la audacia, la generación de anticuerpos y endorfinas, la destreza, la agilidad y elasticidad, el equilibrio y desarrollo psicofísico, el poder de relajación, decisión y reacción, el vigor, la resistencia, la claridad mental, la diferencia física, el equilibrio entre el hemisferio derecho e izquierdo del cerebro, la armonización energética, el desarrollo espiritual, la conexión con lo divino... Es decir, cuando te paraste en una tabla y surfeaste ya no sos el mismo, te transformás..

Tales “dones” y atributos mencionados, adquiridos a través de la práctica del surf, evidencian, según los propios surfistas, diferencias con respecto a una alteridad. Las enunciadas cualidades físicas, mentales, y emocional-espirituales que “genera” el surf en todo aquel que lo practica actúan como mecanismos de identificación y pertenencia. Es decir, los surfistas marplatenses se proclaman como miembros del grupo o comunidad a partir de la posesión, en principio, de ciertos dones que devienen del surf como práctica. Por ende, para ellos ser surfista es “ser diferente”. Y esta diferencia es la que marca un vínculo de pertenencia ante una otredad que es construída como carente de esos “dones surfistas”.

Por consiguiente, es posible entender a los surfistas marplatenses como miembros de un “grupo socio-étnico”, en términos de Fredrik Barth (1969), al ser partícipes de una forma de organización social. “En la medida en que los actores utilizan las identidades étnicas para categorizarse a sí mismos y a otros, con fines de interacción, forman grupos étnicos, en este sentido de interacción” (1969:15). De este modo, los surfistas marplatenses regulan sus prácticas para remarcar su pertenencia y, al mismo tiempo, para diferenciarlas ante los “otros”.

Los surfistas pueden considerarse como un grupo socio-étnico con un “posicionamiento” diferente frente a la realidad, a través de creencias y prácticas distintas en pos de identificarse y organizar la interacción entre ellos mismos y los otros, más allá del tiempo y del territorio.

En ello, los límites sociales impuestos que definen a los surfistas marplatenses adquieren vital importancia, pues “los grupos étnicos persisten como unidades significativas sólo si van acompañados de notorias diferencias en la conducta, es decir, de diferencias culturales persistentes” (1969:18). Estos límites, con carácter social, son los que definen al grupo étnico y, al mismo tiempo, los que marcan una diferencia en el contacto con otros grupos.

De este modo, es posible apreciar al grupo étnico de surfistas cuando estos actores se diferencian de los “otros” a través de una relación con éstos, lo que les permite reconocerlos como tales (a partir de la producción de diferencias) y proclamarse a sí mismos como surfistas, es decir, como miembros de un mismo grupo social. Dicha diferenciación adquiere materialidad a partir de signos manifiestos, tales como el estilo de vida y las orientaciones de valores básicos emparentados con las creencias y las visiones sobre el mundo, el lenguaje y la vestimenta. Signos que, a continuación, comienzo a desglosar y analizar.

4.1.2. Estandarte de vida

“Hombre libre, tú siempre has de querer el mar.
El mar es el espejo donde tu ser se mira en la
onda que hacia lo infinito se estira y de ese
abismo tu alma está a la par”.
Charles Baudelaire

Para los surfistas marplatenses el surf es una práctica íntima y espiritual que excede meramente el plano deportivo:

Hay que entender que esto es una cacería. Los surfers vivimos persiguiendo y atrapando olas. Yo corrí la primera, acá, el 3 de mayo de 1963. Ese día comprendí cuál sería mi destino, sentencia Daniel Gil, pionero del surf en Mar del Plata y Argentina, a modo de definición.

Bajo una aureola mística, los surfistas marplatenses se definen como practicantes de una actividad muy distinta a cualquier otra disciplina físico-deportiva. Ellos se enuncian

como “cazadores de olas”, a partir de una vida anclada en el mar y (de)pendiente de las olas (*vivimos persiguiendo y atrapando olas*). Por consiguiente, para los surfistas, el surf no consiste en un simple “deporte”:

Yo creo que va más allá del deporte. El surf desarrolla muchísimo la parte espiritual pues hay un contacto directo con el agua, teniendo en cuenta que el mar es una fuente principal de energía. A eso hay que agregarle el ruido del mar, el flotar en el agua, la búsqueda constante de olas, el estar más pendiente de la naturaleza...

Los surfistas marplatenses otorgan al surf un componente sentimental y filosófico. Para ellos el surf es un estilo de vida, ligado a la naturaleza y a su contemplación, que permite, a la vez, un desarrollo espiritual y emocional (*el surf desarrolla muchísimo la parte espiritual*). De esta forma entienden y construyen la identidad del surf como una “filosofía de vida” envuelta en el mar y su “energía”.

Por su parte, Daniel Gil, profesor de surf y considerado un gran conocedor en la materia, explica:

Al surfear se equilibran los cuatro cuerpos. El cuerpo físico, por un lado, desarrolla un trajín bastante interesante y completo; en el cuerpo mental los pensamientos van a mil, porque en la tabla tenés que coordinar en milésimas de segundos. El cuerpo emocional funciona y vibra a pleno, y el cuerpo esotérico, que es el que vuela cuando soñamos, está de fiesta porque logra que los demás lo sigan.

Según este surfista, la filosofía propia del surf, basada en ciertos principios orientales del “Tai-chi”, reside en equilibrar cuerpo, alma y mente para lograr una conexión “divina” con el mar y un deslizamiento armónico en la ola. Asimismo, los surfistas fundamentan simbólicamente al surf como una filosofía contemplativa, a través de la observación, la experiencia y la interpretación del mar, esperando la llegada de la ola propicia para poner en escena la habilidad y el equilibrio sobre la tabla. Esto hace que los surfistas marplatenses se proclamen partícipes de un estilo de vida en particular como rasgo constitutivo de su identidad, estableciéndose una marcada diferencia ante

los “otros”. De este modo, entienden al surf como una suerte de religión a la cual le rinden culto cotidianamente:

Lo que descubrí en un corto plazo fue que la tribu del surf es un mundo aparte, algo bastante complicado de explicar a veces con palabras. Lo que más me enganchó fue toda una forma de vida, el vivir pendiente de las mareas y los vientos; ese largo trayecto, como muchas veces digo, entre la mente del hombre y el alma del mar.

Los surfistas marplatenses se consideran partícipes de una *tribu* que los agrupa de acuerdo a un modo de vida en común con las mismas costumbres y prácticas (*vivir pendiente de las mareas y los vientos*). A partir de esto, los surfistas podrían ser pensados como una tribu de nativos cazadores y recolectores, abocados en la cacería constante de olas a partir de significaciones religiosas. Un “grupo cerrado o hermético” que comparte los mismos gustos anclados en el mar, la naturaleza y las olas, a través de una particular forma de vida. “El estilo de vida, para Bourdieu, es el resultante de una serie de prácticas de las personas. Sin embargo, en lugar de centrarse en las prácticas, Bourdieu se centra previamente en los condicionamientos de tales prácticas: las condiciones de existencia están condicionando un habitus, que a su vez induce a unos esquemas generadores de prácticas y unos gustos y éstos condicionan a unas prácticas que equivalen a unos estilos de vida” (Alvarez Sousa, 1992:153).

El surf y su filosofía de vida es proclamado en la relación hombre-mar a través de un intenso contacto con la naturaleza. Dicha relación es establecida de acuerdo a una conexión mitológica o divina entre el hombre y el *alma del mar*, que data de los orígenes de la actividad, cuando el surf poseía una significación estrechamente “litúrgica”. De allí, el carácter religioso y espiritual que los surfistas le atribuyen al surf: ellos se consideran miembros de una *tribu* que hace del surf su religión y del mar su templo. A la vez, se construyen como actores de una tribu diferente en relación con otras tribus: *la tribu del surf es un mundo aparte*.

No obstante, la práctica del surf también responde a otras causas:

El surf es una manera de vivir mejor. Un escape de la apresurada y molesta ciudad, mundo de acero y concreto; como un regreso a la realidad natural.

Para los surfistas marplatenses, el surf les permite llevar una vida acorde con la naturaleza y alejada de las tensiones que abundan y repercuten en las grandes urbes. La búsqueda de la serenidad y calma, ante la avasallante velocidad de la ciudad (*apresurada y molesta*), los lleva a refugiarse en las playas y a merodear en el mar. Allí intentan recrear un espacio de “libertad”, propio y particular, que les niega el trajín cotidiano de la vida urbana.

A través de esta “evasión de la urbe”, los surfistas realizan una crítica a las condiciones de vida que ofrece la civilización moderna. Al mismo tiempo, proclaman al surf como un estandarte de vida para superar tales conflictos adoptando una fachada asimilable a la del buen salvaje.

“Celebrar” el mito del buen salvaje es proclamar, de algún modo, una crítica a las sociedades civilizadas. Los surfistas marplatenses enuncian un reproche hacia las condiciones de vida moderna, y construyen al surf como una especie de “antídoto” para evadir y contrarrestar los “efectos nocivos” de la modernidad.

Para John Fiske, los surfistas con sus prácticas en el mar “están evadiendo la disciplina social, el posicionamiento y el control ideológico. Evasión y resistencia están interrelacionadas y ninguna es posible sin la otra: ambas implican el interjuego del placer y el significado, sólo que la evasión es más placentera que significativa mientras que la resistencia produce sentido antes que placer” (1989:2). A través de la evasión urbana e inmersos en el mar, los surfistas buscan el ocio y una liberación contra el imperativo dominante de producir constantemente. Una especie de fuga, de huída, de escape hacia otros horizontes. Una transgresión lúdica que ejercen y dirigen “implícitamente” hacia los esquemas dominantes.

De acuerdo con Fiske, “otros placeres evasivos y ofensivos son aquellos carnavalescos de alegría exagerada y liberadora que invierten las normas sociales e interrumpen momentáneamente su poder” (1989:11). De este modo, los surfistas marplatenses, en el mar, en la naturaleza, y a través del surf, intentan recuperar y encontrar esa paz y felicidad anhelada que la vida moderna les restringe. Por eso adoptan, mediante el surf, un estilo de vida orientado hacia el mar. Una intento de regresión a lo natural y primitivo.

Según el relato de los mismos surfistas, un pionero del surf como modalidad de vida fue Bob Simons, quien pasaba las noches en la playa esperando el momento oportuno para remar hacia las olas. Esto lo transformó en una leyenda del surf de California,

cuando a mediados de los '80 desapareció para siempre en el océano. En Mar del Plata, pese a las distancias, muchos surfistas también adaptan sus obligaciones a las mareas, los vientos y las olas existentes. La premisa para surfear buenas olas, según ellos, es estar muy atentos, ya que el mar varía constantemente. Por esto consideran indispensable ajustar sus tiempos a los vaivenes que impone el mar.

Un principio fundamental de los surfistas marplatenses como emblema del estilo de vida que adoptan es la “libertad”. De acuerdo a la lógica del surf como práctica, sus adeptos pueden manifestarse de forma libre, sin presiones ni tiempos preexistentes, enfrentándose únicamente consigo mismos en la natural búsqueda de nuevas y excitantes experiencias. A propósito, Steve Wilson, un surfista argentino (a pesar de su nombre) que tiene una fábrica de tablas a escasos metros del mar, sentencia con respecto a su modalidad de vida:

Me encanta la forma de vida que elegí acá. Asomarme a los acantilados, bajar al mar y surfear olas. No puedo imaginarme alegrías mayores.

Para muchos surfistas marplatenses el surf es lo más importante. Ajustar sus días al mar es una premisa que prevalece en todos aquellos que hacen del surf un modo de vida. El mayor placer en la vida de un surfista es surfear olas y contemplar la naturaleza marítima. Un subtítulo del libro *Surfeando Argentina*, escrito por el surfista Gabriel Nannini, resume dicho sentimiento: *El surf es vida, el resto son detalles*.

De ahí, en numerosos casos, un carácter nómada presente en los surfistas, a partir del emprendimiento de viajes, en busca de las mejores olas. *Hay muchos que viajan a Indonesia, Hawai, Tahití, o Costa Rica. Trabajan allá de cualquier cosa para solventar el vicio*, explica un surfista, mientras desde su auto se ve un adhesivo que en inglés expresa: *Life is too short. Don't wasted it, go surfing (La vida es demasiado corta. No la desperdicies, ve a surfear)*. Detrás, un mar calmo con ondas geoméricamente ordenadas rodando hacia la orilla, e innumerables surfistas sobre ellas.

El surf y ese afán por recorrer el mundo en la búsqueda de nuevas olas se convierte en un “vicio”. La adicción hacia el surf es otro componente que esta actividad despierta en los surfistas y repercute en la particular modalidad de vida que adoptan. Ello se complementa con ciertos ideales utópicos, característicos del movimiento juvenil “hippie” propio de los años sesenta en Estados Unidos, que tendían hacia la búsqueda

de la libertad y a una posición nihilista sobre la vida anclada de lleno en el presente, de acuerdo al análisis de la película *The Endless Summer* (ver Capítulo 2).

Tal como fue desarrollado precedentemente, a los surfistas de Mar del Plata el surf y su entorno de playas, mar y olas les permite construir e interactuar en "otra realidad" con vivencias opuestas y distantes a las que impone la vida urbana civilizada. La disconformidad que proclaman hacia la sociedad moderna es enunciada a través de la adopción de "dos realidades" dispares y diferentes: la evasión entre las olas en oposición a la vida urbana. El mar y la playa son, para estos surfistas, una especie de espacio "liberador" en el que pueden construir un territorio de pertenencia en común, apropiarse del mismo y generar nuevos sentidos:

Nosotros, los surfers, vivimos dos realidades diferentes divididas por la línea de llegada del mar en la playa. Eso nos hace tan diferentes que formamos legiones de viajeros que andan por el mundo en busca de la ola perfecta; y aunque la podamos encontrar frente a nuestra casa cualquier mañana con viento de tierra, llevamos dentro un ansia continua de explorar y disfrutar. Me animaría a decir que somos adictos sin regreso al surf, porque una vez que lo conocimos ya nunca podemos dejar de sentirlo.

Los surfistas se proclaman como distintos a partir de un espíritu de aventura y exploración que los impulsa a recorrer el mundo y los identifica (*legiones de viajeros*), tras la búsqueda de "la ola perfecta". La cualidad de nómades viajeros y el carácter adictivo que el surf despierta en todo surfista son utilizados para construirse como diferentes ante una alteridad que no participa y permanece al margen de ese sentimiento que despierta el surf en sus adeptos.

4.1.3. Los mandamientos del surf

Otro rasgo de importancia en la construcción identitaria del grupo de surfistas marplatenses se encuentra representado por las relaciones que ellos mismos establecen entre sí. Erving Goffman, Gregory Bateson y Edward Hall, quienes analizan la comunicación directa bajo la premisa de que "todo comunica", entienden que "todo gesto, toda mirada y todo silencio se integra en una red semiótica más amplia que actúa

como fundamento de un sistema general de comunicación” (Winkin,1984:37). Específicamente, según Goffman, el comportamiento de los individuos se encuentra regido por un sistema de reglas que son las que les van a permitir interactuar correctamente en una sociedad o grupo determinado. Para este autor, estas reglas “constituyen el conjunto de conductas permitidas, preferidas, esperadas, y/o proscriptas en una variedad de situaciones de comunicación” (Martini,1994:5). La relación entre el individuo y las reglas puede ser normativa o de utilidad, de acuerdo a una conveniencia o intencionalidad determinada.

Si bien el surf como “práctica deportiva” (a diferencia del fútbol, el rugby, o el tenis, entre otros deportes), carece de normas escritas preestablecidas, los surfistas poseen ciertas reglas o códigos en común que hacen a su “correcta” interacción en el mar. Lo interesante y notable de estas reglas es que no son constitutivas de la práctica del surf como actividad, sino de la interacción entre los surfistas. A partir de la descripción de dichas reglas es posible apreciar el modo en que el intercambio comunicacional de los surfistas adquiere características particulares, estableciéndose la distinción entre un “nosotros” y un “ellos”, tanto en el interior del grupo como en el exterior.

Estas reglas son transmitidas oralmente, de “generación en generación”, por los propios surfistas, y se adquieren en la misma práctica a través de la experiencia. Entre dichas reglas, que imperan en todos los mares del mundo, se destacan las siguientes:

* La persona que se pone de pie primero sobre la tabla tiene derecho a la ola. Es decir, si dos surfistas se paran a la vez, el que está más cerca del rompimiento de la ola posee ese derecho.

* Ceder y compartir olas con los demás.

* Una vez que el surfista estableció un dominio sobre la ola posee el derecho a “correrla” o surfearla hasta el final de la misma o hasta que se caiga.

* No tomar la ola de otro. Cuando un surfista está en la ola, no se debe entrar en ella. Tomar una ola ajena es, sin dudas, la falta más grave en el surf.

* Los surfistas “locales” de más antigüedad (aquellos que siempre frecuentan una playa en particular), poseen un privilegio especial sobre la decisión de tomar una ola.

Generalmente, si algún “local” pide la ola dentro del grupo presente en el agua, el resto de los surfistas otorga tal prioridad.

* Prestar mucha atención en el agua, especialmente si se quiere compartir sectores donde quiebran las mejores olas. Esto demanda observar bien quiénes están surfeando, qué dicen, y cuánto hace que están esperando la ola.

* Ser paciente y esperar el turno. Al entrar a un sector o “point” en donde ya hay surfistas, no es conveniente tomar la primera de las ondas que se aproxima. Por lo general, lo mejor es dejar que algunos de los surfistas allí presentes con anterioridad tomen algunas olas para luego sí entrar en acción.

* Mantenerse fuera del alcance de otro surfista. Tras haber surfeado una ola o al entrar hacia la zona de surf, es aconsejable retornar remando en la parte alejada donde abren las olas con la finalidad de evitar molestias o posibles atropellos.

* Evitar riesgos innecesarios y posibles colisiones entre surfistas.

Son estas reglas, aprendidas y adquiridas en la misma práctica, las que rigen las relaciones entre los surfistas marplatenses, principalmente dentro de un “contexto marítimo”. A su vez, esas reglas dan cuenta de la existencia de una tensión entre una práctica o actividad individual y un grupo conformado. Es decir, dichas reglas tienen como destinatario a un individuo aislado que disfruta de su “propia libertad”, con la finalidad de cercenar esa libertad individual a favor del grupo. Son constricciones del accionar individual en función del grupo.

Del mismo modo, con estas reglas se intenta fundar una especie de “orden social”, el cual debe ser reproducido en la interacción entre los surfistas de acuerdo al cumplimiento de tales reglas. De allí, el carácter normativo y prescriptivo de las mismas: “una fuerza que ciñe la vida de cada uno” (Martini, 1994:5).

No obstante, los surfistas pueden utilizar esas reglas en beneficio propio para construir o atribuir cierto significado a una situación determinada, marcando distinciones en torno a la posesión del poder. De acuerdo con Goffman, “cada individuo hará uso de ellas según la estrategia que construya para moverse, y a la vez, queda

implícita la facilidad de adecuar las normas a la situación y a la propia conveniencia. Esta propuesta sugiere que no hay una correspondencia directa entre regla y situación, ya que un individuo utilizará y/o exigirá el cumplimiento de determinadas reglas según la intencionalidad de su conducta” (Martini,1994:5). Esto se produce a partir de la existencia del “localismo” en ciertas playas, donde algunos surfistas que frecuentan un balneario en común impiden y prohíben compartir “sus” olas a aquellos surfistas foráneos. De este modo, delimitan su territorio asumiendo, muchas veces, una fachada violenta con la finalidad de lograr su cometido y expulsar a los “invasores”.

De acuerdo con Pierre Bourdieu, estos surfistas locales ejercen una dominación simbólica sustentada en una legitimación y en el empleo de un poder simbólico que los dominados (surfistas foráneos) tienden a considerar como “natural”. Según este autor, la dominación simbólica se manifiesta “revestida bajo una forma de legitimación acudiendo a cualidades específicas, lo que, según él, lleva a considerar a los dominados que los dominantes tienen un don especial, natural, que ellos no poseen, y es lo que les permite ocupar una situación de dominación que ellos deben de tratar de imitar” (Alvarez Sousa, 1992:164). Con esto se genera una diferenciación intra-grupal.

Según relatos de los propios actores, la diferenciación de un “nosotros” y un “ellos” dentro del grupo de surfistas marplatenses se evidencia en balnearios como “La Perla”, “Playa Grande” o “Chapadmalal”, donde el localismo es arduo y “pesado”, y recibe con escasa cortesía a los foráneos. Muchos surfistas utilizan su crédito de “local” para imponer simbólicamente su dominio y manejar las reglas en beneficio propio. Ante esa situación, los surfistas foráneos reaccionan con sumisión por considerar esa “calidad de local” como un factor normal.

Esta imposición de poder, por parte de algunos surfistas “locales”, pude apreciarla en una jornada de buenas olas en Playa Grande, al observar cómo un grupo de surfistas, aparentemente foráneos, era intimidado a través de presiones de todo tipo: miradas desafiantes, simulacros de atropellos y roces, bloqueos y cruces en las olas. Luego de observar la interacción entre estos surfistas durante un tiempo notable, aguardé a algunos miembros del grupo instigado para consultar al respecto. Tras un pequeño diálogo con dos de ellos comprendí el motivo de lo sucedido. El grupo más reducido provenía de Buenos Aires, lo cual enardeció instantáneamente al grupo de surfistas “locales” (marplatenses que surfean habitualmente en Playa Grande) que no dudó en imponer su “dominio” sobre las olas y sobre los foráneos de turno.

Con ello, los surfistas “locales” intentan fundar una idea de superioridad sobre el grupo de foráneos para naturalizar el poder y lograr la sumisión de éstos. De este modo, se acentúan las diferencias y la exaltación del “nosotros”, mientras los surfistas visitantes son interpretados como “cornallos”, poco hábiles con la tabla y carentes del saber y experiencia suficiente.

4.1.4. Las ceremonias del surfista

Me levanté esta mañana y puse la radio;
quería saber cómo andaban las olas para
ver si podía ir, y cuando el disc jockey me
dice que el oleaje es perfecto ya sé que mi
chica y yo la pasaremos bien. El surf es la
única vida, el único camino para mí.

Surfing - Beach Boys

La ceremonia surfista comienza muy temprano, cuando los muchachos llegan hacia la playa en autos o bicicletas para analizar el estado del mar. Generalmente, durante las primeras horas de la mañana es cuando se presentan las mejores condiciones de oleaje, por lo que el hecho de madrugar adquiere una importancia significativa si lo que se desea es encontrar y surfear buenas olas. Tras ello, y luego de una exhaustiva contemplación del mar, mediante el análisis del viento y la marea, los surfistas comienzan con los preparativos previos para la acción.

A partir del análisis de estos rituales característicos entre los surfistas marplatenses, es posible rastrear otro rasgo de diferenciación identitaria de esta comunidad con respecto a “los otros”. Gerd Baumann, por su parte, entiende a los rituales como representaciones simbólicas en donde no solamente se destaca la presencia de miembros internos o insiders al grupo, sino también de outsiders o externos al propio grupo. Para este autor, “siempre hay un otro al que se dirige un ritual, aún cuando todos comparten una misma denominación étnica” (1992:51).

Según Baumann, la participación de la otredad en los rituales puede adquirir diversas categorías entre las que figuran: la de observador (son desinteresados), la de espectador (como interesados), la de invitado o huésped (llamado para participar o para aumentar

su reconocimiento), la de testigo (confiere validez), o la de beneficiario externo (participación más comprometida). Asimismo, cuando los “otros” no están presentes físicamente, su referencia cultural se encuentra de igual modo latente.

Desde el momento en que los surfistas de Mar del Plata se dirigen con sus tablas y mochilas a cuestras hacia las distintas playas, dan por iniciados sus particulares rituales. La observación del mar o la colocación del traje de neoprene implican rituales que el surfista marplatense dirige a un “otro”, presente o no físicamente. Lo mismo se evidencia al observarlos inmersos en el mar, en plena comunión “simbólica”, ya sea sentados sobre sus tablas esperando las olas, o surfeando sobre ellas. La liturgia y el misticismo entre el surfista y el mar le otorgan a este ritual una significación religiosa.

El surf como práctica provoca atracción en todo outsider. El despliegue de los surfistas sobre sus tablas crea un vínculo de espectacularidad que muchas veces capta la atención de los otros. Con estos rituales expuestos a la mirada ajena, los surfistas se identifican ante una otredad que participa como referente de tales ceremonias simbólicas. De este modo, se negocian las relaciones con esos “otros”, y se proclama un auto-reconocimiento.

En mi condición de investigador (y por ende como partícipe de la alteridad), formé parte de los distintos rituales bajo la categoría de “invitado”. Uno de ellos se llevó a cabo en el marco de un campeonato de surf denominado “Kikiwai Longboard Classic”, donde tuvo lugar el titulado “After Contest”. Allí, fui gentilmente invitado por los surfistas a participar en una danza de tambores, con influencias hawaianas, mientras el atardecer se apoderaba de la playa. Mi condición de “otro”, en la categoría de invitado o huésped, se complementó con un amplio número de curiosos “espectadores outsiders” que se sumaron al ritual atraídos por el festivo ritmo que los surfistas “insiders” imponían al golpear los timbales.

A través de esa ceremonia tribal, en principio íntima, los surfistas parecían afirmar sus lazos de pertenencia y una unión entre sí de acuerdo a una significación compartida. Esa danza de tambores, de carácter religioso, podía pensarse como una práctica regresiva, tribal, orientada hacia el pasado, hacia los orígenes del surf en Hawái. Un regreso a lo natural, a las raíces, de acuerdo a un ritmo celebrado en una liturgia ceremonial de inspiración hawaiana con el objetivo de compartir las mismas creencias, un vínculo en común, un “nosotros”.

Asimismo, pude compartir otro evento junto a los surfistas de Mar del Plata en mi categoría de “invitado”, pero, en esta oportunidad, de noche y con la playa iluminada

artificialmente. Los “otros”, quienes habían sido precedentemente convocados, adquirirían la condición de “invitados”. Este evento de gran envergadura titulado “Sol de noche”, incluía, entre otras atracciones, un campeonato de surf nocturno, danzas tribales, demostraciones circenses, fuegos artificiales y un recital de rock a modo de despedida. Los organizadores del evento, desde un plano comercial, fueron la radio *Rock & Pop Beach* y la producción del programa televisivo *MDQ para todo el mundo*. Era el cuarto año consecutivo que en el sur marplatense se organizaba esta multitudinaria ceremonia nocturna con una convocatoria, aproximadamente, de 12.000 personas.

El ritual que sobresalió y abrió el espectáculo fue una representación con carácter mitológico mediante una estricta danza tribal en la cual el rey Neptuno (rey del mar), era venerado por los propios surfistas ante el deseo de recibir “sus prósperas olas”. Allí, en un primer momento, la posesión y comprensión de la significación corría por cuenta de los surfistas “insiders”. Para la alteridad (a quien los surfistas dirigían el ritual y de la cual yo formaba parte), el significado atribuido al rey Neptuno como un astro del surf era un hecho desconocido. Con esto se daba cuenta de una distinción entre insiders y outsiders a través de la negociación dialéctica del “nosotros” y el “ellos”, de acuerdo a sus modos de participación en el proceso ritual. Del mismo modo, el campeonato de surf nocturno, disputado bajo una luz artificial, y los ritos propios del hecho mismo de surfear, desplegados por los surfistas competidores, complementaron tal distinción entre “insiders” y “outsiders”.

Según Gerd Baumann, “muy a menudo rituales públicos en sociedades plurales -y probablemente no sólo allí- pueden ser considerados como un reclamo de atención pública, espacio público y reconocimiento público en una arena que permite y alienta lecturas múltiples de mensajes simbólicos” (1992:3). A través de este evento-ceremonia pública, en el cual los outsiders fueron invitados para participar, los surfistas marplatenses intentaron expresar una unión y pertenencia como comunidad con valores internos y significaciones propias, para proclamar, al mismo tiempo, un reconocimiento público de los otros.

Otra ceremonia que se dio en el marco del “Sol de noche” fue el recital de rock a cargo del grupo nacional “Catupecu Machu”. El mismo congregó tanto a surfistas como outsiders, quienes inmediatamente, tras los primeros acordes, comenzaron a saltar y a vibrar al ritmo de la música y del “pogo” impuesto: ese “baile frenético” de contacto entre los cuerpos a través de saltos y choques. “Una masa amorfa de cuerpos que urgen,

tiemblan y vibran, con la presión del sonido, con la proximidad del pariente, con la violencia del ritmo”(Margulis y Urresti, 2004:10). La particular danza del choque y del duelo. La “ceremonia del rock” a la cual los surfistas no son ajenos. A través del rock y sus distintos estilos, se evidencia la fusión de los surfistas con otros grupos.

La unión, la pertenencia, los gustos en común, las mismas creencias y prácticas, las significaciones y emociones compartidas, integran y conforman las ceremonias íntimas y expuestas ante la mirada ajena que los surfistas despliegan para identificarse. Liturgias donde reina la proximidad y los lazos de hermandad sellados a partir de una comunión simbólica que define un “nosotros” y un “ellos”. Una eucaristía representativa y mística de la identificación.

4.1.5. Respetar, cuidar y preservar: guardianes de las playas

Buen intento, buena intención,
conquistarás el mundo con tu canción
Que no conmueve, que no deslumbra...
frente al mar es nada, y nada de eso existe.
Aires de gloria, seguridad, grandes hazañas,
vida triunfal, más progreso, más creación,
lujo, fama, poder... nada de eso existe...
Guerra santa, revolución, pose humilde,
superación, vida al límite, proliferar...
madre natura, único Dios...
aire, agua, sol, y nada más existe...
nada más existe, nada de eso
Causa justa salvar a la humanidad
hedonismo, frivolidad,
drogas de moda, mediocridad
salve Lemanja reina del mar,
tú eres todo y nada más existe.
Lemanja – Ataque 77

Un rasgo de diferenciación identitaria característico de los surfistas marplatenses lo conforma la plena conciencia y el respeto por el medio ambiente. Al estar inmersos

diariamente en un ámbito natural, la ecología implica para ellos una responsabilidad de vital importancia.

Evitar toda posible degradación que pueda padecer el ecosistema marítimo mediante un pleno cuidado de las playas y el mar es una misión que todo surfista debe encauzar. Esto es lo que los lleva a marcar en numerosas oportunidades una diferenciación con relación a los “otros”, a quienes consideran como carentes de conciencia e invasores que sólo destruyen y ensucian lo que no les pertenece.

Para los surfistas la playa es el lugar de frecuentación y de práctica por excelencia. Ellos adoptan este espacio natural como un territorio propio al que le otorgan una determinada significación.

Este marcado ímpetu por la naturaleza los impulsa a preservar sus ámbitos de práctica recogiendo todo posible residuo que pueda llegar a ocasionar efectos contaminantes. Para ello, los surfistas marplatenses se encuentran congregados bajo un organismo denominado *Surfrider Foundation*, con sedes en las distintas playas del mundo. Esta fundación, surgida en las playas de California (EE.UU.) y expandida a través de las costas de gran cantidad de países, es la encargada de efectuar limpiezas anuales de playas y campañas de valoración ecológica y ambiental. La misma es liderada por surfistas quienes convocan a sus pares.

Asimismo, los surfistas comparten notables conocimientos sobre las fuerzas de la naturaleza, principalmente en lo que a vientos y condiciones marítimas se refiere:

Cuando empezás a surfear también tomás conciencia que existen otras cosas. A partir de eso, participás y te integrás, señala uno de ellos.

Con sólo comprobar la dirección del viento ya conocen el estado del mar y las playas en donde pueden quebrar las mejores olas. Además, a partir de una contemplativa y aguda mirada logran interpretar el mar y percibir las corrientes y mareas vigentes, o los lugares de ingreso que ofrecen mayor facilidad.

Lo ideal es que sople durante varios días un fuerte sur o sudeste para levantar olas, y que después el viento se ponga de tierra. Es decir, que rote al oeste o noroeste así el mar y los fondos se acomodan quedando las olas bien marcadas, expresa un surfista, a modo de receta.

Su colega, unos años mayor, agrega:

Lo bueno de Mar del Plata es que tiene una costa muy variada y con muchos points para surfear. Además, cada playa tiene su tipo de ola presentando una dificultad en especial.

Según Aníbal Ford, “en nuestra vida cotidiana nos movemos seleccionando índices y elaborando abducciones y conjeturas: las personas, los objetos, los diversos datos que se nos cruzan no vienen con un cartelito clasificadorio ni con una historia clínica. Y si fuese así, no tendríamos capacidad para procesarlos conscientemente. Es el enorme banco de datos del inconsciente el que es gatillado por estos procesos en los cuales actúan los cinco sentidos, es decir, el cuerpo en su totalidad” (1994:78). Los índices (símbolos latentes), son elaborados por la abducción, entendiendo por ésta la búsqueda de una ley para explicar hechos y construir hipótesis. La lectura de índices y la elaboración de conjeturas y abducciones forman parte de nuestra vida cotidiana y ordinaria. Los surfistas, al analizar el viento y deducir el supuesto estado del mar, efectúan lo descripto: leen índices fundamentales para sus prácticas.

Sin dudas, la posesión y el manejo de estos conocimientos marítimos y naturales es lo que les permite a los surfistas marplatenses construir otra distinción identitaria para con los “otros”. De tal modo, aquello que para todo surfista, como partícipe y analista de la naturaleza, se torna cúlmine e importante, resulta para los “otros” algo escasamente perceptible y ajeno a la vida cotidiana.

4.2. HABLADURÍAS DE SURFISTAS

El lenguaje utilizado por los surfistas marplatenses implica un rasgo diacrítico que evidencia y marca su construcción identitaria. La propia denominación “Surf” deviene del idioma inglés, vocablo cuya traducción al castellano significa “oleaje”. Asimismo, términos de la misma procedencia, tales como *swell*, *frontside air*, *surfboard*, *foam*, *surf-camp*, *longboard*, *point*, *crowd*, imperan y son reproducidos diariamente por los surfistas como un hecho natural. Tal es así que, entre los mismos surfistas, repercute en muchas oportunidades la autodenominación de *surfers* a la hora de proclamarse.

De igual modo, la mayoría de las marcas que conforman la industria del surf poseen sus denominaciones inscriptas bajo el reinante idioma inglés. Aquellas empresas o marcas de origen nacional, tales como las tablas “Bird band”, “X- torsión”, “Blue Hawai”, las prendas “Sister” o “Swell”, las zapatillas “Big Wave”, o las fundas y pitas “Hardcord” usan esa “lengua imperial”. Del mismo modo, los accesorios y vestimentas también son encasillados bajo términos ingleses: “wetsuits” (traje de neoprene), “boardshort” (bermuda para surf), “surfwear” (ropa surfera), o “sunglasses” (gafas), adquiridos todos en los distintos “surf-shops” existentes (tiendas de surf).

Con respecto a los términos técnicos, es muy común escuchar: *El mar está soplado*, cuando las condiciones no son aptas debido a un fuerte viento que “pica” el mar y mueve las olas imposibilitando la práctica del surf; o, a diferencia, la exclamación: *El mar está clásico*, cuando los vientos son los ideales y el mar se presenta ordenado con las olas bien marcadas y rodando ordenadas hacia la orilla. A la vez, cuando la presencia de muchos surfistas en el agua es un hecho sobresaliente expresan: *Mucho crowd en el line-up o point*.

La dirección reinante del viento, por su parte, también adquiere una denominación especial: cuando el mismo proviene del mar es un *viento on-shore*, y cuando proviene de tierra es un *viento off-shore*. Asimismo, la llegada de una marejada con buenas olas es conocida con el nombre de *swell*. Las maniobras implican otro repertorio de terminología con vocablos de origen inglés. *Drops, take off, bottorn, backside, floater, cutback, roller, off the lip*, son algunas de las denominaciones que adquieren las distintas pruebas que se pueden efectuar sobre una tabla de surf. Sin embargo, la modalidad de viajar sobre la tabla también posee una denominación propia y particular. A los surfistas que se ponen de pie con la pierna derecha adelante se los denomina *goffie*, mientras que aquellos que lo hacen con la pierna izquierda reciben el nombre de *regular*.

Los campeonatos y eventos de surf organizados en un plano local también poseen, en su mayoría, denominaciones inglesas. Cabe citar, entre otros, el “Reef Brazil Classic”, el “Kikiwai Longboard Classic”, el “After Contest”, o una exhibición artística de “Surf-Art”. Todo ello evidencia el empleo de términos en inglés que reinan y se expanden entre los surfistas marplatenses, lo cual habla de la imposición de una lengua hegemónica, en un sentido gramsciano, que recae en estos actores a través de una práctica: el surf.

Para Pierre Bourdieu, “hay un mercado lingüístico cada vez que alguien produce un discurso dirigido a receptores capaces de evaluarlo, apreciarlo y darle un precio” (1990:145). No obstante, “al igual que en el mercado económico, donde hay monopolios, relaciones de fuerza objetivas que provocan que los productores y sus productos no sean todos iguales desde un principio, también en el mercado lingüístico hay relaciones de fuerza. Así, el mercado lingüístico tiene leyes de determinación de los precios que hacen que todos los productores lingüísticos, de hablas, no sean iguales. Las relaciones de fuerza, que dominan el mercado y provocan que ciertos productores y productos tengan un privilegio de entrada, suponen que el mercado lingüístico está relativamente unificado” (Bourdieu,1990:147).

En el marco de la globalización, los Estados Unidos representan el mercado de bienes culturales más importante como consecuencia de los fenómenos de sinergia y concentración industrial. Esta apropiación del poder simbólico por unos pocos grupos hegemónicos que controlan la industria cultural a nivel global provoca una homogeneización de la cultura. Con ello, se genera un modo de vida o de pensamiento estandarizado y americanizado que se advierte en el comportamiento de gran parte de la población mundial. De allí, la utilización y el predominio de los vocablos ingleses que utilizan los surfistas, a partir de una homogeneización de gustos y lenguajes a escala mundial que tiende a derruir la diversidad cultural.

Al mismo tiempo, más allá de ciertos vocablos técnicos característicos del surf, existen otros términos que engrosan una especie de “jerga” identitaria, utilizados y reproducidos frecuentemente por la mayoría de los surfistas marplatenses. Para los surfistas estas jergas implican una alternativa de expresión e identificación. Aunque, según lo expuesto por Pierre Bourdieu en “Los usos del pueblo”, “el argot es el producto de una búsqueda de la distinción, pero dominada” (1988:156).

A modo de ejemplificación, cabe citar el empleo del término *buenazo* a la hora de reflejar las óptimas condiciones del mar, o el empleo de *buenas olas* como modalidad de despedida y deseos de augurios positivos. A la vez, desde una perspectiva práctica, predominan vocablos como *tubazo*: maniobra que implica el deslizamiento “dentro” de la ola cuando la misma forma un cilindro, o *pegar olas / correr olas*: cuando se refieren al hecho mismo de surfear sobre sus *tablitas* o *pranchas*.

Los distintos tipos de olas adquieren, del mismo modo, una terminología en particular. Por ende, cuando las olas son fuertes y con un rompimiento abrupto y cerrado son llamadas *chupadas*, ideales para *entubar*; mientras que aquellas que se

caracterizan por un rompimiento progresivo con escasa violencia tienden a ser consideradas *olas gordas*.

Para Garfinkel, desde la etnometodología, “la realidad social está siendo creada constantemente por los actores, no es un dato preexistente” (Coulon, 1988: 33). El lenguaje es el vehículo de creación intersubjetiva de la sociedad. “Al comunicarse entre sí la gente informa sobre el contexto, y lo define al momento de reportarlo; esto es, lejos de ser un mero telón de fondo o un marco de referencia sobre lo que ocurre ahí afuera, el lenguaje hace la situación de interacción y define el marco que le da sentido” (Guber, 2001:44).

En esta perspectiva etnometodológica, el lenguaje posee dos propiedades: la indexicalidad y la reflexividad. La primera establece que “aunque una palabra tenga una significación transituacional, igualmente tiene una significación distinta en cada situación particular” (Coulon, 1988: 35). Por su parte, la reflexividad remite a la definición y construcción de la realidad a través de su descripción. “La reflexividad señala la íntima relación entre la comprensión y la expresión de dicha comprensión” (Guber, 2001:46). Por ejemplo, cuando los surfistas emplean denominaciones peyorativas y generadoras de “estigmas”, en términos de Erving Goffman, tales como *cornalos* (surfistas novatos o poco hábiles), o *camote* (tabla deteriorada o en mal estado), están construyendo una tipificación negativa sobre tal sujeto u objeto estigmatizado. A través de esto, transmiten su mundo y la racionalidad de lo que hacen.

A su vez, ciertos rasgos estéticos, canalizados a través de vestimentas y accesorios, también conforman otro modo de “lenguaje” que adquiere gran importancia a la hora de construir y comunicar una determinada identidad. Por ende, a continuación, intentaré desglosar esta cuestión a partir de una mirada sobre el consumo.

4.3. LAS MAREAS DEL CONSUMO

“El mercado es un lenguaje y todos tratamos
de hablar algunas de sus lenguas”

Beatriz Sarlo

El objetivo del consumidor, desde una perspectiva simbólica, reside en dar y recibir información, por medio de bienes, sobre su condición social y cultural a partir de significaciones socialmente compartidas. De allí, la definición propuesta por Néstor García Canclini según la cual “el consumo es un acto que distingue simbólicamente, integra, y comunica“ (1999: 41). De este modo, tanto el citado autor como Jesús Martín Barbero sostienen que mediante el consumo es posible también la producción de sentido, conformando, por ende, “un espacio clave para la comprensión de los procesos sociales” (Sunkel, 2002:292).

Por su parte, los surfistas marplatenses, inmersos en una sociedad de consumo como la actual, utilizan el consumo para expresar su identidad ante los “otros”. Para ello, adoptan, además de sus tablas, determinadas vestimentas, músicas, lugares de frecuentación, revistas, videos y accesorios con vistas a remarcar su pertenencia y distinción. De este modo, “se fortalecen los ámbitos de las industrias culturales para la construcción y reconfiguración constantes del sujeto juvenil. El vestuario, la música, el acceso a ciertos objetos emblemáticos, constituyen hoy una de las más importantes mediaciones para la construcción identitaria de los jóvenes, que se ofertan no sólo como marcas visibles de ciertas adscripciones sino, fundamentalmente, como lo que los publicistas llaman, con gran sentido, un concepto. Un modo de entender el mundo y un mundo para cada estilo, en la tensión identificación- diferenciación” (Reguillo Cruz, 2000: 28).

Desde el plano de la indumentaria, en su mayoría, los surfistas de Mar del Plata se distinguen por sus prendas amplias y holgadas: sus remeras de vivos colores reflejan motivos californianos, hawaianos o australianos. Los buzos, etiquetados bajo la categoría de “canguro”, presentan capuchas y bolsillos (ubicados en la parte abdominal), con dibujos de flores, olas y delfines. Las bermudas, amplias y con una extensión que supera las rodillas poseen motivos floreados y colores vivaces, siendo un clásico rasgo de identificación. “Son portadores de estandartes que los identifican: en las remeras, en las consignas escritas en su ropa, en prendedores o en la propia piel tatuada. El tipo de indumentaria elegida, sus colores, texturas y combinaciones, son mensajes que se emiten para expresar de otra manera, a la distancia y con un gesto desafiante: somos esto que está aquí” (Margulis y Urresti, 2004: 8).

Sin embargo, más allá de ciertos cortes, medidas y colores propios de las distintas prendas, las “marcas” son las que potencian en los surfistas una específica distinción simbólica, tornándose en verdaderos anclajes de pertenencia e identidad frente a los

“otros”. De este modo, “el mercado unifica, selecciona, y, además, produce la ilusión de la diferencia a través de los sentidos extramercantiles que toman los objetos que se obtienen por el intercambio mercantil” (Sarlo, 1994:25).

Entre los surfistas marplatenses las marcas poseen una notable vitalidad, en sus distintas prendas imperan logotipos e inscripciones de empresas, principalmente, oriundas de Australia, Hawaii o California. Sin embargo, más allá de las ya clásicas y reconocidas multinacionales como “Rip Curl”, “Quiksilver”, “Reef”, “Local Motion” y “Billabong”, es posible apreciar también el consumo de otras marcas de origen nacional con gran apego entre los surfistas. Entre las mismas cabe citar a las marplatenses “Mosh” o “Camarón Brujo” con su slogan publicitario que invita a través del “*Poder local*”. Estas marcas oriundas de Mar del Plata, a través de fuertes campañas publicitarias en eventos y medios surferos, han logrado despertar la atracción y el consumo de muchos surfistas, posicionándose como las marcas más vendidas en la escena local.

A partir del consumo de estas marcas de indumentaria con “raíces playeras” los surfistas de Mar del Plata intentan comunicar su identidad para diferenciarse del resto. De acuerdo a lo sostenido por Beatriz Sarlo en “Escenas de la vida posmoderna”, con esta lógica “los objetos crean sentido más allá de su utilidad o de su belleza, o, mejor dicho, su utilidad y su belleza son subproductos de ese sentido que viene de la jerarquía mercantil” (1994:29).

No obstante, la conciencia del auge comercial y el emblema de moda que posee actualmente el surf repercute entre los miembros del grupo. Un surfista explica al respecto:

Hoy en día para muchos, ser surfista implica una forma de vestir, escuchar cierta música, salir a determinados lugares e incluso hablar de una forma en especial. La moda surfing está impuesta, y en muchos casos la ola y la tabla ceden lugar a las apariencias.

Ante ello, y como modalidad para distinguirse de los “infiltrados” que adoptan una fachada que no les pertenece, muchos surfistas marplatenses proclaman el consumo de aquellas marcas que de alguna u otra manera apoyan al surf, ya sea mediante publicidades en eventos y revistas o aportes a surfistas competidores. De todos modos,

ante los mandatos que impone el mercado, la “lucha”, sin dudas, es desigual. Los propios actores así lo clarifican:

Hoy las empresas del surf no viven del surfista. Viven de la onda del surfista.

En un comienzo, cuando el surf no poseía tanta difusión, los “productos de surf” eran consumidos únicamente por surfistas. Sin embargo, con la incidencia del surf en los medios y su posterior auge comercial, la “estética surfista”, actualmente, despierta el interés de un público masivo, no necesariamente surfista. Esta es la tensión que los surfistas marplatenses intentan contrarrestar para, al mismo tiempo, imponer su autenticidad identitaria.

Según Mario Margulis y Marcelo Urresti, “esa disposición estética, por la que se afirma una presencia grupal, es al mismo tiempo un guiño codificado emitido hacia los pares, una señal de alejamiento, de código secreto en el que se refugia el nosotros frente a la mirada de los no iniciados. Afirma y niega, ofrece pero sustrae de la mirada. En esta superficie somos lo que parecemos. Por detrás del look, el narcisismo del grupo se renueva en el reto, en la ostentación estoica de su diferencia, que en el fondo no es indumentaria sino vital. Una rareza superficial en la que anida la conspiración, la pequeña sociedad que resiste, no de manera ofensiva, sino en el mínimo juego de sus rituales de clandestinidad” (2004:8).

Los surfistas marplatenses, a través del consumo, dotan a los productos del mercado con un sentido particular y propio. La estética de los surfistas posee una significación simbólica y especial que se desprende desde el interior del propio grupo y se expone ante la alteridad. Para Rossana Reguillo Cruz, “no existen identidades juveniles que no reinventen los productos ofertados por el mercado para imprimirles a través de pequeños o grandes cambios, un sentido que fortalezca la asociación objeto-símbolo-identidad. En términos analíticos, ello significa que tanto los objetos como las marcas corporales no pueden ser entonces interpretados al margen del grupo que les da sentido, como si se tratara simplemente de una moda o un patrón inocente de repetición generalizado” (2000:98).

Desde la misma óptica, para Michel De Certeau el consumo adquiere una faceta activa y astuta, silenciosa y casi invisible, que reside en “las maneras de emplear los productos impuestos por el orden económicamente dominante” (1996:43). Por ende, y

de acuerdo con Carlos Monsiváis, a través de la estética se intenta exponer un “comportamiento disidente, otro discurso de rechazo” (1981:285). De allí, “que muchos jóvenes busquen impugnar a través de sus prácticas y del uso del cuerpo ese orden social que los controla y excluye y, de maneras no explícitas, muchos otros se esfuercen, pese a su encanto por el mercado, por transformar el lugar común del consumo en un lugar significado” (Reguillo Cruz, 2000: 94).

Los surfistas marplatenses utilizan el consumo para construir su identidad mediante objetos y prendas de los que se apropian y re-significan, codificada y simbólicamente, en pos de comunicar su fachada estética. Con ello, intentan invertir los valores socialmente dominantes a partir de los usos particulares que adoptan y le otorgan a los productos consumidos. Un claro ejemplo de esta resignificación que los surfistas llevan a cabo a través del consumo es el tamaño de sus bermudas, las cuales son usadas con una amplia dimensión que supera las rodillas. Otro ejemplo lo conforma el estilo de las prendas: sus vestimentas presentan, por lo general, rasgos de deterioro y decoloración como consecuencia del sol y el salitre. De este modo, los surfistas marplatenses, a partir de un atuendo desarreglado (pero planificado), intentan diferenciarse de los “outsiders”, quienes, si bien utilizan el mismo estilo de vestimenta, presentan un aspecto más prolijo con prendas “nuevas” y en mejor estado. De acuerdo con lo sostenido por Rossana Reguillo Cruz, si bien estas prácticas se realizan en torno al mercado, lo que se intenta es expresar una (re)significación simbólica en particular. Una transgresión e insumisión (ambigua y contradictoria, por cierto) de los surfistas hacia el orden dominante.

Los días en que las olas desaparecen, el desaliento lleva a muchos de los surfistas hacia la galería “SAO”, en plena peatonal marplatense, donde se encuentran congregados numerosos comercios de surf o “surf-shops”. En un comienzo, según los surfistas, supo ser una especie de “galería de culto de surf”, frecuentada sólo por elegidos y entendidos. Hoy, sin embargo, como consecuencia de los avatares de la moda, el público que circula entre sus pasillos y locales es muy amplio. Allí, es posible conseguir todo tipo de vestimentas emparentadas con la práctica del surf, además de tablas nuevas y usadas, trajes de neoprene y accesorios varios. Aunque, cabe aclararlo, la adquisición de una tabla representa para todo surfista un hecho muy especial.

Los “shapers” son los encargados de dar forma y vida a las tablas de surf, técnica que sólo se adquiere con la experiencia bajo las peripecias del ensayo y error. Al ser producidas artesanalmente por estos surfistas insiders, las tablas poseen *una vibración*

especial. De allí, la importancia de su compra en la misma fábrica con el fin de evitar la pérdida de esa energía original.

Comprar una tabla en un surf-shop no es lo mismo, aclaran con convencimiento; para luego agregar: Sólo un surfer sabe lo que siente y necesita otro surfer para hacer que su encuentro con el mar sea mágico.

Así lo entiende Steve Wilson, shaper de las tablas “Conosur”, quien perfeccionó su técnica tras varios viajes a Hawaii y California:

La tabla es como la espada del guerrero en la antigüedad, que se mandaba a hacer porque era algo muy importante y personal. La tabla comparte con el surfista muchos momentos difíciles por los revolcones de las olas grandes y también momentos muy agradables, de mucha euforia. Entonces, es bueno que exista una relación entre el shaper y el surfista, sobre todo para que la próxima tabla que se haga sea mejor que la anterior.

El “título” de “shaper” (fabricante de tablas) despierta gran admiración entre todos los surfistas. Si bien los shapers también surfean, ellos poseen una habilidad extra que los diferencia: con sus manos construyen artesanalmente las tablas. Y en esa cualidad es donde reside la magia. Para todo surfista “su” tabla es única: un “objeto con energía” creado artística y personalmente de acuerdo a sus exigencias y pareceres.

Este ideal de pertenencia que liga a surfistas y shapers en torno a sus tablas es el que marca una distinción identitaria y simbólica frente a los “otros”, principalmente ante aquellos que “aparentan” ser surfistas a través del consumo y la moda. El hecho de adquirir sus tablas en un taller les otorga un cierto título de “originalidad”, diferenciación e identidad, bajo un entorno netamente surfista y sin intermediarios outsiders. Al respecto, Steve, con misticismo, sentencia:

Las tablas, como llevan mucha mano de obra y concentración, están cargadas de energía. Por eso cobran vida una vez terminadas. Son comparables a los autos viejos o a los violines o guitarras hechas a mano. Y eso es lo que busca el surfista.

Como cirujanos en bermudas, los shapers son los responsables de dar forma a las tablas de surf. Este oficio es considerado un saber supremo y artístico. La originalidad que adquieren las tablas, fabricadas y, posteriormente, adquiridas en un taller, es la esencia que les otorga esa cuota de “energía” que reside en cada una de ellas. Un misticismo que sella los lazos entre shapers y surfistas, entre la tabla y su dueño, y resignifica este consumo otorgándole valor identitario.

4.4. MEDIOS Y MÚSICA AL RITMO DE LAS OLAS

Además de sus tablas, algunos surfistas de Mar de Plata son los idearios de los medios difusores del surf. Entre los mismos, cabe citar a la antes analizada revista *Surfista*, con quince años de notoria aceptación por el público surfista, y los portales virtuales: *elsurfero.com*, *planetasurf.com*, y *escapeurbano.com*. A su vez, en el medio televisivo prosperan *Surfista TV* y *Planetasurf TV*, con difusión únicamente en canales de aire marplatenses. Por su parte, *MDQ Surf TV*, programa pionero a la hora de difundir el surf desde las pantallas, supo inaugurar con gran aceptación este cometido para luego adoptar un panorama más amplio y diverso. En lo que a radiodifusión se refiere, en FM “D-Rock”, oriunda de Mar del Plata, también es posible escuchar un programa semanal titulado *Locos por el surf*, conducido por un surfista.

Asimismo, los surfistas marplatenses poseen acceso a las clásicas revistas internacionales de origen español y estadounidense como *Surfer Rule*, *Tres sesenta*, *Surfer magazine* o *Surfing magazine*, en las cuales se destacan las mismas marcas y publicidades que aparecen en los medios locales junto a vistosas fotografías de olas y surfistas hawaianos o estadounidenses que presentan las tendencias de la moda. Al mismo tiempo, en materia de videos, predominan muchos de origen americano o australiano junto a algunos de realización nacional como *Olas pampeanas*, *Pacific Power*, o *Marpla XXI*.

El séptimo arte, con producción norteamericana, también supo reflejar (y aún continúa haciéndolo), el ambiente de las olas y de los surfistas. Entre algunos de los ya clásicos se destacan: *The Endless Summer (El verano sin fin)*, *Big Wednesday (El gran miércoles)*, y *Point break (Punto límite)*, a los cuales se le adiciona el reciente film titulado *Blue crush*, con la particularidad del sexo femenino como partícipe de las olas y la acción. A su vez, en materia artística, la realización de un festival de arte en torno al

surf, con la producción y exposición de los propios surfistas de Mar de Plata, potenció la creatividad sobre la práctica a través de pinturas, dibujos, aerografías, fotografías, artesanías, y videos, sin obviar la proyección del mítico film *The Endless Summer*.

Por otra parte, la música implica otro rasgo de identificación para los surfistas marplatenses. Predomina el reggae de Bob Marley y Peter Tosh, y de los nacionales Los Cafres, entre otros. Sin embargo, la conjunción música y surf data de los años sesenta cuando los recordados Beach Boys irrumpieron con canciones estilísticamente californianas como “Surfing safari” y “Surfing USA”. Más tarde, aparecería el “surf – music” con las guitarras que transportaban las melodías a través de bandas como The Ventures, The Shadows, y The Chantays, éstos últimos son creadores del hit “Pipeline” en honor a la homónima playa hawaiana.

En la actualidad, además de la connotación playera y serena que posee el reggae, los surfistas también se identifican simbólicamente con bandas de rock clásicas, como los Rolling Stones, y más proclives al punk o al estilo alternativo, las cuales, según ellos, imponen una “actitud surfer” ante los parámetros de la intensidad y la adrenalina. Entre las internacionales, cabe citar a Red Hot Chili Peppers, Sublime, y a los punks californianos Bad Religion, NOFX, y The Offspring. Desde el panorama nacional, Massacre es una agrupación representativa que estuvo muy ligada al surf y al skate desde sus orígenes, tanto estética como musicalmente. Tal es así que, en su última placa discográfica, compusieron un tema que titularon irónicamente “Invasión de aguas vivas en Santa Mónica”, dedicado a aquellos pioneros californianos del skate que ante la imposibilidad de surfear en el mar comenzaron a deslizarse sobre el concreto.

En el bar *La Princesa*, el surf-bar temático por excelencia ubicado en las inmediaciones de Playa Grande, es donde la música se fusiona con los constantes videos surferos expuestos desde las pantallas. Allí, los surfistas se congregan, bajo un ambiente colmado de fotos, tablas históricas y decoración sumamente hawaiana, para consumir licuados, cervezas, o sandwiches de vegetales, e intercambiar experiencias y comentarios sobre surf y olas. Su dueño y surfista, Marcelo Tapia, explica:

La única distracción posible más allá de la escuela tenía que ver con el surf. Al tiempo comencé a arreglar tablas hasta que me escapé a Hawaii y conocí el mundo sobre una tabla. Laburé en playas, bares y discos juntando guita para comprar La Princesa.

Con estas modalidades de consumo, los surfistas de Mar del Plata dan lugar a una práctica cultural, a través de la apropiación de bienes, mediante la cual comunican una diferenciación simbólica en pos de construir su identidad en relación a un “ellos”. “Si el consumo sirve para pensar, como ha señalado García Canclini, es porque su análisis permite entender las distintas configuraciones del mundo, que de maneras contradictorias y complejas los jóvenes construyen a partir de sus vínculos con las industrias culturales pero anclados en sus propios colectivos o lugares de significación” (Reguillo Cruz, 2000:71). Esta relación “ambigua y contradictoria” de los surfistas con el sistema dominante, a través de la influencia de las industrias culturales y los medios, será abordada en las conclusiones de la presente investigación.

5. DE LO GLOBAL A LO LOCAL: LA IDENTIDAD EN CUESTIÓN

A través de este capítulo intentaré alcanzar el objetivo general de la presente investigación: relevar la relación entre los discursos mediáticos globales (representados por las películas *The Endless Summer* y *Punto límite*), discursos mediáticos locales (a través de la voz de la revista *Surfista*) y los sentidos construidos por los propios surfistas marplatenses en un contexto particular (Mar del Plata). En términos analíticos, la idea es relacionar los tres capítulos analizados precedentemente para interpretar los sentidos que estos surfistas marplatenses construyen sobre su identidad a partir de las películas y de la revista analizada. La premisa que ha guiado este trabajo es que esos discursos mediáticos globales y locales tienen una incidencia no menor sobre los imaginarios de los sujetos que pueden sentirse más o menos interpelados por ellos en su producción identitaria.

El fenómeno de la globalización, y su irrupción e influencia sobre las identidades, ha sido abordado por numerosos investigadores. Según Alberto Lettieri, “por globalización se entiende un proceso de integración económico y comunicacional a nivel internacional con características propias, y acotado a un período concreto, que se inició en los inicios de la década de 1980. El concepto de globalización nació en la economía, y designaba a una tesis económica basada en la unificación de la demanda y la estandarización de la oferta, promoviendo una fabulosa maximización de beneficios para los inversores. Esto implicaba necesariamente un proceso de reestructuración de los circuitos económicos a nivel universal. Es decir, que en tanto en el pasado habían existido distintos mercados a nivel internacional con características y gustos propios, el proceso de globalización apuntó a uniformar la demanda de los consumidores imponiéndoles a través de técnicas de manipulación de masas los gustos y modas propios de las sociedades centrales” (2003:87).

Es más, según lo sostenido por Aníbal Ford, “la globalización reduce progresivamente el papel del Estado, es decir su capacidad de jugar un papel decisivo como ente soberano al cuidado de sus fronteras” (1999:155). Esta “reducción” del Estado-nación trae aparejada una pérdida de poder en la creación de imaginarios sociales, y la incidencia de los consorcios internacionales que a través del dominio de

las comunicaciones y las industrias culturales manipulan e imponen modas, creencias y valores simbólicos globalmente.

En consecuencia, uno de los tantos efectos “nocivos” de la globalización está marcado por estas concentraciones y corporaciones industriales que tienden a la homogeneización de la cultura, con Estados Unidos como el mercado de bienes culturales más importante del mundo. De esta forma, las distintas identidades locales tienden a diluirse ante una identidad homogénea y transnacional que se transmite a través de discursos, imágenes, y valores desde un punto del planeta, de acuerdo con “la hegemonía de los EE.UU. y su etnocentrismo informático y cultural” (Ford, 1999:148). A partir de esto, las industrias culturales y los medios de comunicación tienen un papel decisivo en la creación de un imaginario global que modela las tendencias estéticas y las maneras de ser, mediante una “conexión con una cultura transnacionalizada y deslocalizada en que las referencias nacionales y los estilos locales se disuelven” (Sunkel, 2002:291).

Con esta “creciente interpenetración cultural” (Ford, 1999:151), las identidades se tejen sobre los sentidos difundidos por esos imaginarios globales que inciden, en gran forma, sobre la diversidad cultural. Es allí donde “los medios masivos de comunicación actúan, como el ácido más corrosivo, sobre las lealtades y las certidumbres tradicionales” (Sarlo, 1994:112).

En relación con las películas de circulación global, como dicen Ella Shoat y Robert Stam, “los media contemporáneos forman identidades; de hecho muchos argumentan que ellos existen ahora muy cerca del verdadero corazón de la producción de identidad. En un mundo transnacional tipificado por la circulación global de imágenes y sonidos, bienes y pueblos, la expectación de los media impacta completamente en la identidad nacional y en la pertenencia comunal” (1994:12).

Al respecto, desde el plano del consumo, Naomi Klein, en “No logo”, sostiene que “actualmente, la palabra clave del marketing mundial no es vender EE.UU. al mundo, sino lograr una especie de condimento de marketing para todos los habitantes del mundo” (2001:153). Del mismo modo, para Reguillo Cruz, “hoy como nunca hemos entrado a una face acelerada de producción social de formas estéticas masivas. El mercado, apoyado por una industria publicitaria que proporciona patrones de identificación estética globalizada, es lo suficientemente hábil para captar y resemantizar los pequeños o grandes giros de la diferencia cultural” (2000:81). Por consiguiente, en este marco globalizado, “las nuevas fuentes de autoridad y

socialización son los medios audiovisuales transnacionales, las pistas informáticas, los consumos cotidianos de bienes y servicios que circulan globalmente. Este mundo de referencias sitúa a los jóvenes frente a un universo de propuestas, un menú de posibilidades en el que las combinaciones posibles se multiplican” (Margulis y Urresti, 2004:10). Aunque, no obstante, tal como lo sostiene Naomi Klein, “la globalización comercial no desea la diversidad: todo lo contrario. Sus enemigos son las costumbres nacionales, las marcas locales y los gustos característicos de cada región” (2001:165).

Como consecuencia de todo ello, los fenómenos globales provocan una fragmentación y desintegración de las culturas, pese a los intentos por igualarlos con una homogeneidad armónica. En términos de Aníbal Ford, “una globalización por cierto nada homogénea. Más cercana a la promiscuidad cultural del conventillo que a la asepsia victoriana, funcionalista y homoestática que, idealmente, subyace en la “aldea” de McLuhan o en las formas en que se la interpreta” (1994:62). Naomi Klein también problematiza la metáfora utópica que supone “aldea global” -con su contenido celebratorio de un nuevo modo de vida más solidario a partir del advenimiento de las nuevas tecnologías en comunicación- cuando, al referirse a la globalización, sostiene: “Aldea global, donde la desigualdad económica se ensancha y las oportunidades culturales desaparecen” (2001: 23).

Sin embargo, ante los procesos propios de la globalización, como la desterritorialización que trae aparejada, se han producido movimientos de resistencia, tendientes a una “relocalización”, basados en reivindicaciones identitarias y culturales.

A continuación, intentaré interpretar algunos aspectos de la construcción de la identidad de los surfistas marplatenses tomando en consideración estas ideas, propias de una reflexión sobre el actual marco global, que nos obligan a relacionar los discursos de estos agentes con los discursos más pregnantes sobre su práctica específica que circulan global y localmente.

5.1. GLOBALIZACIÓN, IDENTIDAD Y SENTIDOS DISCURSIVOS

Para Rossana Reguillo Cruz, “en lo que toca a la globalización, hay que señalar que ninguna cultura local, ningún grupo social puede hoy entenderse al margen de los vínculos, cruces y a veces yuxtaposiciones entre lo local, lo nacional y lo global”

(2000:144). Por ende, luego de analizar los Capítulos 2, 3 y 4, se pueden entablar algunas relaciones entre las tres instancias discursivas ya abordadas: discursos globales (las películas *The Endless Summer* y *Punto límite*), un discurso local (revista *Surfista*) y los discursos de los propios surfistas marplatenses. Para ello, en un comienzo, abordaré por separado las instancias discursivas ya analizadas con la finalidad de dar cuenta, sintéticamente, de los principales sentidos en torno a la “identidad” de los surfistas presentes en cada una de ellas. Tal vez, como dicen Arzeno y Contursi (2004), retomando a Hobsbawm, sería conveniente pensar alguna de estas instancias como identidad construida “desde arriba”, en tanto procesos identificatorios (la película *Punto límite* y la revista *Surfista* en su tensión institucional local) y las demás como discursos contruidos “desde abajo”, como procesos identitarios que no son ajenos a las relaciones de poder que existen con los discursos “desde arriba”, pero que tienen el “poder” de resignificar ciertos aspectos fundamentales (la película *The Endless Summer*, por sus condiciones de producción –cabe recordar que, si bien esta película circula globalmente, pertenece al género documental y fue realizada por surfistas¹- y los discursos de los propios surfistas marplatenses).

Para comenzar con los discursos que considero identificatorios “desde arriba”, en la película *Punto límite*, en principio, los surfistas también son representados como jóvenes que intentan llevar una vida acorde a la “utopía libertaria” de viajar por el mundo en busca del verano eterno y de las mejores olas. No obstante, para concretar tal ideal “utópico”, estos surfistas son contruidos como marginales, transgresores y delincuentes abocados al asalto de bancos. Por ende, a través de la necesidad del dinero como garante indispensable para la concreción de sus “viajes de libertad”, dicha utopía libertaria de vivir un verano eterno en forma libre es representada como imposible al oponerla a la distopía de la marginalidad, que resquebraja ontológicamente semejante idealismo utópico.

Además, en este film los surfistas son representados como un grupo con diferencias internas, aunque caracterizado por un sentimiento de pertenencia con costumbres, modismos y prácticas similares para diferenciarse de los otros. El surf, por su parte, es

¹ Lo que no niega, en principio, que podamos verla también como un discurso identificatorio “desde arriba” en relación con sus efectos en el imaginario de los surfistas marplatenses, pero, desde ya, debemos pensarla como sustraída, por sus condiciones históricas de producción, del mercado globalizado y globalizante, lo que la deja más del lado de los discursos de los propios agentes que de la filmografía hollywoodense. Esto aparece claramente en los discursos de los entrevistados, que consideran esta película como una representación del ideal de su práctica, mientras que *Punto límite* es ampliamente criticada. De allí esta decisión metodológica.

construido como el móvil de sus días, una práctica cotidiana que modela que su “estilo de vida” orientado de lleno hacia y por esta práctica, pero que, de hecho, los hace delinquir.

Por su parte, la revista *Surfista*, oriunda de Mar del Plata y con gran aceptación por parte del público surfista de esa ciudad, intenta, principalmente, institucionalizar la identidad de los surfistas y sus prácticas. Si bien desde sus páginas se proclama al surf como un “estilo de vida” (tal como fue analizado), lo que se desea es posicionar a esta práctica como un “deporte institucionalizado” y a los surfistas como “verdaderos deportistas” del mar, lo que les confiere una connotación positiva que los distancia de aquellos “vagos ociosos” o “marginales” que parecen presentes en el imaginario de los “otros” –sobrentendido en el discurso de la revista como en el de los entrevistados- al que contribuye, al menos en parte y actualmente², la película *Punto límite*.

En relación con esto, una observación de gran importancia para remarcar es la resignificación que la revista y los surfistas marplatenses, a través de sus discursos, efectúan en relación con la estigmatización representada en esta película. En *Punto límite* se representa a los surfistas con connotaciones negativas. Por ello, se intenta desacreditar y revertir esa identificación negativa. Es decir, ante el imaginario que los sentencia como “violentos”, “adictos a la marihuana” y “marginales”, los surfistas marplatenses desean e intentan, a través de sus discursos, contrarrestar esa visión. Para ello, estos surfistas se proclaman partícipes de una misión social: el cuidado de las costas, posible gracias a una conciencia y responsabilidad ecológica que asumen y difunden. Tal como fue analizado, los entrevistados imponían su propio imaginario: *El surf es súper sano y no como mucha gente lo ve relacionado con las drogas, nada que ver. Es una sensación única, incomparable, difícil de explicar, y que para conocerlo tienen que probarlo.*

Por su parte, en la revista *Surfista* diversos fragmentos expresaban lo siguiente: *Siempre tuvimos la fama de vagos y fumones. Es la oportunidad de demostrar que somos los guardianes de la costa. Estamos cuando llueve, hace frío. En las peores condiciones frecuentamos las playas.* En síntesis, a partir de apelaciones directas a los “surfistas” y afirmaciones rotundas -muy cercanas enunciativamente al discurso pedagógico ya que construyen su legitimidad apelando a la autoridad por el saber- se busca, en la revista *Surfista*, el reconocimiento del surf como deporte desde un marco

² La última vez que esa película fue proyectada en nuestro país fue en el mes de octubre por el canal de aire TELEFE, en horario central un día sábado.

conformado por instituciones, organismos y competencias que legitimen la práctica y le otorguen un carácter organizado.

En relación con los discursos identitarios “desde abajo” -aunque, en este caso, de circulación global pero solo entre “entendidos”-, la película *The Endless Summer*, un verdadero ícono para los surfistas, los representa como jóvenes nómades amantes de la libertad y la naturaleza que recorren gran parte del mundo en busca del verano eterno y de la mejor ola apta para el surf. Por supuesto que las necesidades materiales no son tematizadas en esta producción de bajo costo que, además, circula como una filmación casera de la vida “real” de sus protagonistas. A partir de ello, y en consonancia con el momento en el que se realizó la película (mediados de los sesenta), predomina una idea de “evasión” tendiente a eludir el imperativo reinante para adoptar, en oposición, una nueva modalidad de vida emparentada con el ocio y la diversión en un marco natural y primitivo. Hablamos de “evasión” en el sentido de que la representación de los surfistas, si bien permite, como diría Todorov (1991), una crítica a la sociedad de la época, no articula ninguna respuesta política ni orgánica, sino todo lo contrario: se trata de la búsqueda individual de la felicidad, al mejor estilo liberal clásico.

El viaje constante, cristalizado en la búsqueda del “verano sin fin”, es la idea que recorre toda la película y que origina una utopía identitaria propia de los surfistas: vivir en plena libertad acorde con la naturaleza y sus ritmos temporales. En consecuencia, los surfistas son representados como seres libres y nómades envueltos en una vida sumamente placentera y colmada de ocio. Rebeldes inofensivos y viajeros incansables que efectúan una regresión a lo natural y primitivo para disfrutar del surf y del verano sin limitaciones, en un ámbito de suma libertad individual.

En oposición con los dos discursos analizados en primer lugar, pero con relaciones mucho más que casuales con la película anterior, en el discurso de los surfistas marplatenses predomina una representación del surf como un verdadero “estilo de vida” que excede la mera práctica deportiva. De este modo, los surfistas se proclaman adeptos a una actividad cargada de diversos significados filosóficos y emotivos, los cuales, en su conjunto, dan lugar a una modalidad de vida vista y vivida como identificatoria y emparentada con un entorno netamente natural. De allí, el carácter sentimental y filosófico que los surfistas marplatenses atribuyen al surf, lo cual lo distingue de otras actividades y, al mismo tiempo, distingue a los verdaderos surfistas como grupo de

todos aquellos que ocasionalmente puedan ser partícipes de esa práctica o de los que nunca lo practicaron.

En el discurso de estos agentes no aparece la idea -ni mucho menos la necesidad- de una institucionalización del surf como “deporte”. Todo lo contrario: ellos construyen al surf como una práctica que los reconforta espiritual y sentimentalmente con la condición exclusiva de que se la pueda realizar lejos de un marco institucional y dirigencial.

Habiendo caracterizado someramente cada una de las instancias que conforman el corpus de análisis, a continuación esbozaré algunas relaciones más que pueden resultar pertinentes para la interpretación.

En primer lugar, la pertenencia a un grupo delimitado es un rasgo presente en estas cuatro instancias discursivas como dato de importancia en la representación/construcción identitaria de los surfistas. Algunos rasgos diacríticos, en términos de Barth (1969), que distinguen a este grupo social de otros, son la camaradería y otros que ya he retomado y que quedan condensados en el particular “estilo de vida”. No obstante, desde la perspectiva etnográfica, la pertenencia legítima al grupo no es para cualquiera: hay una tensión interna al grupo en torno de la autenticidad necesaria, basada en la experiencia y en ciertas prácticas específicas, para lograr el reconocimiento entre los pares. Una vez lograda esa “autenticidad”, los surfistas se proclaman distintos frente a una alteridad representada por el resto de la sociedad y por los surfistas que no son auténticos.

5.1.1. La construcción de la alteridad

En las cuatro instancias discursivas analizadas esta alteridad se construye, de un modo general, en torno a “los otros que no surfean”. No obstante, en *Punto límite*, en la revista y en el discurso de los entrevistados, a diferencia de *The Endless Summer*, luego deviene en un proceso más complejo que incluye diferencias intra-grupales. Sostengo esto porque en *The Endless Summer* sólo interactúan dos jóvenes surfistas que comparten las mismas perspectivas y características. Por ende, en este documental no aparecen conflictos ni tensiones entre los protagonistas.

No obstante, en *Punto límite*, en la revista *Surfista* y en el discurso de los entrevistados, ante una otredad que no surfea, se construye a los surfistas como un grupo unido con características identitarias en común (“nosotros”). En esta construcción relacional las diferencias internas del grupo desaparecen. Veamos cómo.

Retomando un ejemplo de la película *Punto límite*, la otredad que no surfea es emparentada con la ley y con una modalidad filosófica y material de vida totalmente opuesta a la propia (*los abogados no surfean o esas almas humanas que se apretujan en las carreteras, en sus ataúdes de metal*). No obstante, un dato clave para remarcar es que en esta película, a diferencia de los demás discursos analizados, los surfistas son representados, desde una mirada externa, como los otros, pues predomina, a lo largo de todo el film, un punto de vista propio de los policías. Esta otredad se construye, por ejemplo, en un diálogo sostenido por los agentes policiales mientras planean la “infiltración” de uno de ellos (Johnny Utah) en el grupo de surfistas: *Obsérvalos. Son como una especie de tribu, tienen su propio lenguaje. Tienes que aprender sus costumbres, saber lo que piensan, aprender sus propios modismos*. De este modo, desde el punto de vista de los agentes, los surfistas son representados como una otredad compuesta por miembros de una “tribu” cerrada que posee una “jerga” en común y una cosmovisión en particular sobre el mundo.

A diferencia de *Punto límite*, en *The Endless Summer* el punto de vista predominante del film es el de los surfistas. Cabe recordar que este documental fue producido en forma independiente por un surfista aficionado al cine. Por ende, en esta película, los “otros” están configurados como todos aquellos que no surfean y que queda implícita una visión del nosotros como diferentes, como atípicos.

Lejos de una postura contestataria, rebelde o, si se quiere, original, en la revista *Surfista* la alteridad es presentada como *la otra gente*, como aquellos quienes, al no formar parte del grupo de surfistas, no comprenden ni comparten sus prácticas particulares y visiones sobre el mundo (*es algo que hacemos nosotros y las demás personas no saben cómo es*).

Algo similar ocurre en el discurso de los surfistas marplatenses, cuando estos se construyen como diferentes a partir de un lema compartido que expresa una perspectiva identitaria: *Sólo un surfista conoce el sentimiento*.

No obstante, entre los surfistas existen notables diferencias intra-grupales en relación con la experiencia, el saber, la legitimidad y la trayectoria. De este modo, se genera una división entre “surfistas verdaderos” y “surfistas no legítimos”.

Algo parecido se representa en *Punto límite*, donde se destaca una diferencia intra-grupal, en torno al saber y a la experiencia, cuando una surfista femenina le reprocha al agente-surfista Johnny Utah su escasa habilidad y trayectoria en materia de surf: *Esta es una tabla para principiantes. No tienes nada que hacer aquí*. Otro ejemplo que da cuenta de una diferencia entre los propios surfistas representados en este film, aparece cuando Bodhy (líder del grupo de surfistas que asaltan los bancos) manifiesta: *No sienten nada espiritual por el surf*, refiriéndose a un grupo de surfistas violentos, minutos después de una pelea con éstos. De esa manera, se construye una diferenciación interna en torno, nuevamente, al saber y a la legitimidad (en este caso, basada en el conocimiento filosófico y espiritual del surf) que caracteriza a todo “surfista verdadero”, según la película.

Por su parte, en la revista *Surfista*, esta diferenciación interna en relación con la autenticidad se evidencia a través de un enunciador que se presenta en todo momento como un “insider” y considera como tal al destinatario; aunque predomina, entre ambos, un diferencial de experiencia y saber. En efecto, dicho enunciador da cuenta de su experiencia y saber para erigirse en portavoz y representante privilegiado del grupo. De allí su poder de apelación.

En relación con el tema de la moda, esta aparece en algunos fragmentos de la revista y de los entrevistados como un emblema que legitima y diferencia entre “verdaderos” y “no verdaderos”. Si bien los surfistas de Mar del Plata consumen algunas marcas de origen marplatense, el estilo de la indumentaria, los accesorios y las principales marcas devienen del exterior, principalmente de California, Hawai y Australia, lugares emblemáticos para la práctica de surf. Las cabelleras decoloradas y rubias, las bermudas coloridas y floreadas, y las musculosas con motivos de olas y delfines, son “símbolos del surf”, rasgos diacríticos reinantes en todo el mundo, comercializados por las empresas multinacionales y transmitidos por las industrias culturales de carácter global.

En consecuencia, la cuestión de la moda es retomada por el discurso de los surfistas marplatenses para diferenciarse de aquellos “invasores” que adquieren e imitan, a través del consumo, una fachada que no les pertenece. Al respecto, los surfistas marplatenses sostienen: *Mucho pelito largo, mucha facha: te metes en el agua y hay olor a perfume*. Para ello, resignifican muchos de los objetos y productos consumidos a los cuales le

otorgan un valor identitario y diferenciador, por ejemplo, las tablas de surf adquiridas en los talleres originales de fabricación.

A su vez, el activismo ecológico y la preservación del mar son características que, también, otorgan legitimidad dentro del grupo. Esto predomina principalmente en la revista y en el discurso de los entrevistados, aunque no así en las dos películas analizadas.

El “localismo”, presente en muchas de las playas, genera otra división interna entre los surfistas. Este fenómeno, tal como fue analizado, es representado en *Punto límite*, en la revista *Surfista* y comentado por los surfistas marplatenses. Sin embargo, en *The Endless Summer* el “localismo” es inexistente, lo que, si bien confirma la lectura en clave utópica que sostengo, también habla de que el localismo es un fenómeno que emerge junto con la difusión de la práctica y de sus representaciones.

La idea general es que se originan grupos de surfistas “locales” que imponen su “territorialidad” en determinadas playas ante los surfistas “no locales” o foráneos. Si bien este tema es abordado en las tres instancias discursivas, en *Punto límite* es representado un localismo extremadamente violento por parte de un grupo de surfistas. Por cierto, la estereotipación y la estigmatización resultante son algunas de las características más usuales de la filmografía producida en Hollywood.

5.1.2. La reglas del surf

Las reglas que organizan la interacción de los surfistas en el mar también son construidas por el cine, la revista y los surfistas marplatenses como rasgo de identificación. Tanto la revista como los entrevistados construyen esas reglas con un carácter universal. A modo de ejemplo, retomo un fragmento ya analizado de la revista *Surfista*: *quienes practicamos este deporte desde hace mucho años hemos aprendido que existen normas que hacen a la ética del surfista y que gracias a estas ha sido posible que un alto número de fanáticos puedan compartir diferentes points del mundo.*

En *Punto límite*, a diferencia de *The Endless Summer*, la representación de estas reglas está emparentada con la violencia. Para ejemplificar esto retomo una escena en la cual el policía-surfista Johnny Utah interviene en la ola de un surfista “local” y viola una de las principales “reglas éticas” del surf. En consecuencia, tras producirse un

choque entre ambos, el surfista local procede con suma violencia y golpea al policía, para luego exclamar: *La cortesía es importante, necio.*

En *The Endless Summer*, al ser dos solamente los surfistas que interactúan en las distintas playas que recorren y surfean, las reglas son casi inexistentes, reafirmando el carácter utópico de la película. De este modo, ante la ausencia de otros surfistas, cada uno de los protagonistas interactúa como si no interactuara, como si estuviera solo en el mundo. Se destaca solo una escena del film en la que ambos compiten por una misma ola, pero sin conflicto alguno.

5.1.3. De la utopía a la vida cotidiana

En ambas películas aparece una dimensión utópica/distópica en torno de la práctica del surf, ya que este es representado como una modalidad de vida que moviliza a sus adeptos, quienes orientan su existencia en relación con esta práctica. De este modo, el surf es adoptado como un estandarte de vida que les permite gozar de la naturaleza, del ocio y de la libertad, alejados de las tensiones urbanas y modernas. En otros términos, la práctica del surf es una especie de “emblema de libertad”, en relación con una filosofía de vida anclada en el presente y orientada hacia el mar, pero que, como nos enseña *Punto límite*, requiere dinero, y el dinero parece no conseguirse en la naturaleza sino en los bancos...

A pesar de esta “lección”, de circulación global masiva, tanto los surfistas marplatenses como la revista *Surfista* adoptan la “utopía libertaria” presente en *The Endless Summer*: viajar en la búsqueda del verano eterno y de la mejor ola en plena libertad. A modo de ejemplo, cabe citar lo expresado al respecto por un surfista marplatense: *El surf es una manera de vivir mejor. Un escape de la apresurada y molesta ciudad, mundo de acero y concreto; como un regreso a la realidad natural.*

Aunque dicha “libertad” adquiere un carácter contradictorio, tal como fue analizado en la última escena de *Punto límite* (ver Capítulo 2), los surfistas marplatenses y sus “representantes mediáticos” se proclaman partícipes de un estilo de vida orientado hacia una “supuesta” libertad. En efecto, el afán por los viajes y el nomadismo aparecen en la revista y en el discurso de los surfistas marplatenses como rasgos productores de identidad. A través de esta utopía de viajar en busca del verano y de la mejor ola, los surfistas se construyen identitariamente como nómades y exploradores. Al respecto,

como ya se dijo, el film *The Endless Summer* es proclamado como el ícono de esta tendencia nómada y libertaria. Un fragmento del análisis de la revista daba cuenta de ello: *Los surfistas somos una tribu nómada. Nos gusta estar en movimiento. Nos gusta buscar un nuevo pico, o ir a ver qué hay detrás de aquella punta que vemos en el horizonte. La película Endless Summer fue, quizás, la mayor expresión de esta inmigración anual.* No así la otra película (*Punto límite*), que no es mencionada ni en la revista ni en las entrevistas como representativa, en cuyos discursos la distopía se resuelve desde el propio sistema, es decir, trabajando para poder surfear.

5.1.4. Tiempo de surf

Otro punto en común entre las películas, la revista y los surfistas marplatenses, es la elección del verano como la estación climática predilecta de los surfistas. En este sentido, las playas son construidas como territorio de pertenencia y lugar simbólico donde se enclavan prácticas y creencias. Si bien la tendencia nómada de todo surfista es proclamada como un rasgo de diferenciación, la identidad se construye en torno a las playas y al territorio de origen. Entre los surfistas marplatenses este arraigo da cuenta de una perspectiva local presente en la construcción identitaria, construida principalmente en la pertenencia a las playas marplatenses. De acuerdo con Rossana Reguillo Cruz, “si algo parece claro hoy día es que a los fenómenos de globalización y desterritorialización económica y mundialización de la cultura, se le oponen fenómenos de relocalización. Los jóvenes parecen responder a estos flujos globales dotando de sentido a nuevos territorios, que en términos socioespaciales pueden ser pensados como comunidades de sentido” (2000: 70). Es decir, esta relocalización presente entre los surfistas marplatenses se manifiesta en la pertenencia a las playas locales que revisten el carácter de ser el territorio en el que queda anclada su identidad.

Sin embargo, los surfistas entrevistados y la revista, a diferencia de las películas, no atan la práctica del surf solo a la temporada estival. En efecto, se puede pensar que tiene lugar una resignificación de lo representado en las películas, ya que estos agentes y difusores marplatenses surfean durante todo el año, aún en las condiciones frías que impone el invierno (principalmente, aquellos que no emprenden viajes hacia playas más cálidas del mundo). De este modo, dan cuenta de una idea de continuidad en relación con las condiciones temporales características de su ciudad (Mar del Plata) y de la

imposibilidad material, propia de muchos surfistas marplatenses, de emprender un viaje en la era post-devaluación. Un fragmento de la revista expresaba claramente lo anterior: *El pasado mes de diciembre se presentó como una especie de prólogo de todo lo que se daría a lo largo de este complicado 2002. Para los más pesimistas fue sólo el comienzo del fin. Para mucho surfistas, una especie de despedida a los surfaris en busca de la mejor ola y delpreciado calor que tanto extrañamos durante apenas nueve meses.*

5.1.5. El lenguaje del surfista

En el plano del lenguaje, es notable la influencia norteamericana a través de numerosos términos en inglés reproducidos por la revista y por los propios actores. Dichos términos dan cuenta de ciertas denominaciones técnicas propias del surf (*drops, floater, take off, swell*, entre otras), que conforman una especie de vocabulario compartido globalmente. Sin embargo, cabe remarcar, tanto en la revista como en el discurso de los surfistas entrevistados, la existencia de una especie de jerga utilizada en un contexto local, la cual genera sentido de pertenencia y diferenciación. Esto da cuenta de otra instancia de resignificación desde la perspectiva local, pese a la influencia y persistencia de los términos expresados en inglés.

5.1.6. Los índices del surfista

Las fiestas nocturnas en las playas y la exposición del amplio conocimiento sobre las condiciones marítimas y oceánicas, cuya representación predomina en *Punto límite*, son rasgos de identificación que también utilizan los surfistas marplatenses para construir su identidad. Este conocimiento indiciario es visto como fundamental para su práctica y, a la vez, es adaptado -como todo índice, por la necesidad de ser interpretado en un contexto- al plano local en consonancia con las condiciones naturales propias de Mar del Plata. Al respecto, un surfista expresaba lo siguiente: *Lo ideal es que sople durante varios días un fuerte sur o sudeste para levantar olas, y que después el viento se ponga de tierra. Es decir, que rote al oeste o noroeste así el mar y los fondos se acomodan quedando las olas bien marcadas.*

5.1.7. Conclusiones preliminares

Como conclusión del análisis precedente, que no intenta ser exhaustivo, debo reconocer el poder de los medios (principalmente de las películas globales) y su incidencia sobre los imaginarios de los sujetos, aunque considero una actitud sumamente activa por parte del público receptor (surfistas marplatenses) de tales medios. Es decir, si bien la influencia de las películas transnacionales es un hecho innegable, las resignificaciones y los fenómenos de relocalización que los surfistas marplatenses llevan a cabo en la construcción identitaria sobre sí mismos y sobre el surf como práctica es más que importante.

Tal como se sostuvo en el análisis, la incidencia de las películas y de la revista sobre los surfistas marplatenses se da solo en algunos aspectos. A la vez, como se vio, la revista *Surfista* retoma ciertos aspectos de las películas y rechaza otros. Pero la adaptación creativa por parte de los surfistas marplatenses, a través de nuevos sentidos generados en relación con esos discursos mediáticos, es más que significativa. En efecto, los surfistas no se construyen como sujetos totalmente sumisos ante los medios. Las resignificaciones que estos agentes llevan a cabo en la construcción de su identidad adquieren vital importancia y son una clara muestra de ello.

Como ya se dijo, los autodenominados surfistas marplatenses, pese a la incidencia mediática global, construyen su identidad anclados en la ciudad de Mar del Plata y en tensión con el discurso, también local, de la revista. De hecho, los surfistas marplatenses demuestran una actitud activa ante la incidencia de esos mensajes mediáticos (tanto globales como locales) que se materializa en las resignificaciones analizadas.

6. CONCLUSIONES

Tal como fue explicitado en el capítulo anterior, los discursos globales (películas) repercuten y modelan la identidad de los autodenominados surfistas marplatenses, pero sólo en ciertos aspectos, pues existen resignificaciones notables efectuadas desde un plano local por tales agentes. Por su parte, la revista *Surfista* también incide en algunos aspectos, aunque en menor medida que las películas. Como se vio en el capítulo precedente, existe una resignificación “desde abajo” por los actores ante el posicionamiento institucional y deportivo que esta revista intenta generar “desde arriba” sobre el surf y los surfistas.

Numerosos son los sentidos que los surfistas marplatenses construyen como grupo para comunicar su identidad.

En primer lugar, la pertenencia al grupo implica un estandarte importante de identidad, y esta pertenencia se consigue a través de la práctica del surf -pero de un modo bien específico- como el principal elemento cohesivo y limitante del grupo. Sin embargo, tras el análisis efectuado a lo largo de esta investigación, es posible remarcar que la “legitimidad” de esa pertenencia solo se logra a través del reconocimiento de los pares. Es decir, aunque el grupo de surfistas marplatenses se proclama en torno a una unión y camaradería existente entre sus miembros, el saber, la experiencia, la trayectoria y la autenticidad son los rasgos que identifican a los “verdaderos surfistas marplatenses” desde su perspectiva.

Pero la camaradería, por ejemplo, proclamada como rasgo identitario por los propios surfistas marplatenses queda disgregada frente a una heterogeneidad interna (representada también, tal como se sostuvo, en los discursos mediáticos) que demarca la pertenencia al grupo. De este modo, puede pensarse la existencia de un “núcleo duro” de identidad que detenta la legitimidad entre los surfistas marplatenses y una “periferia identitaria” representada por surfistas ocasionales y carentes de esa legitimidad.

La originalidad que legitima e identifica a los “verdaderos surfistas marplatenses” se conforma en relación con numerosos rasgos de identidad y sentidos. En estos, cabe remarcarlo, predomina la influencia de los discursos globales (películas) y de la revista.

Entre los “verdaderos surfistas marplatenses”, el surf es construido como un estilo de vida ligado a la espiritualidad y al desarrollo interior, en un marco sumamente natural. Al mismo tiempo, el surf es comprendido y proclamado como una actividad muy

distinta de cualquier otra disciplina físico-deportiva. Por consiguiente, para los entrevistados marplatenses el surf se transforma en una verdadera modalidad de vida. Una suerte de “religión” anclada en las playas y el mar. Quien logra interpretar este misticismo propio del surf, a través de la experiencia y del saber, adquiere el reconocimiento que lo legitima. Esta concepción del surf está presente en las dos películas analizadas y en la revista, aunque en este medio predomina una tendencia que intenta institucionalizar al surf como un deporte más, sujeto a organismos dirigenciales y competitivos.

En los discursos locales, los “verdaderos surfistas marplatenses” son aquellos que surfean durante todo el año, aún en las condiciones frías que acarrea el invierno. Esto los diferencia de una otredad que no experimenta tales vivencias y que carece de dicha experiencia. No obstante, esta idea de continuidad anual, incluidas las bajas temperaturas invernales, da cuenta de una imposibilidad material, presente en muchos surfistas marplatenses, de emprender viajes hacia playas más cálidas, como consecuencia de una pertenencia de clase que no permite esos “surfaris”. Por ende, tiene lugar una resignificación arraigada en un plano local, construida por la revista y por los propios actores. Es decir, ante la propuesta de las películas analizadas, en las cuales se representa a la temporada estival como la estación propicia e ideal para la práctica del surf, los surfistas de Mar del Plata y sus representantes mediáticos adaptan sus prácticas a las condiciones climáticas de su ciudad de pertenencia y a sus condiciones materiales de existencia.

Pero esto no implica que la visión utópica quede opacada. Otro rasgo que identifica y legitima a los actores locales es el carácter nómada (aunque imposible coyunturalmente). Los surfistas marplatenses se proclaman distintos a partir de un espíritu de aventura y exploración, con el afán por los viajes tras la búsqueda de la mejor ola apta para el surf. Se construyen como amantes de la libertad y del clima cálido, inmersos en un territorio significativo (las playas) y alejados de los bullicios y las tensiones urbanas. En ello, el film *The Endless Summer* representa un verdadero ícono y una película emblemática para los surfistas marplatenses y para la revista *Surfista*.

Por otra parte, el conocimiento de la “ética” que regula las interacciones de los surfistas en el mar y su cumplimiento son rasgos que también otorgan legitimidad y, a la vez, diferencian. En relación con esto, se destaca la presencia de los surfistas “locales”, quienes, mediante la apropiación de un “territorio”, ejercen un poder simbólico y

material sobre las olas en ciertas playas específicas. De ese modo, tiene lugar un “localismo” utilizado por los actores para marcar una diferencia intra-grupal: surfistas “locales” y “no locales” en relación con cada playa. Si bien estos locales se definen como quienes intentan regular y preservar las olas de una playa que frecuentan asiduamente, existen ciertos “locales” que actúan por encima de las “reglas éticas” y recurren a la violencia para expulsar definitivamente a todo foráneo. De esa manera restringen su territorio a través de intimidaciones violentas sobre los surfistas “no locales”. Aunque en Mar del Plata existen algunas playas en las que el “localismo” es intenso y, en ocasiones, violento (tal como fue descrito en el análisis etnográfico), la representación de este fenómeno presente en *Punto límite* adquiere un carácter exagerado muy propio de una retórica de la diferencia que viene de Hollywood.

Otro aspecto interesante en el discurso de la revista *Surfista* y en el de los surfistas entrevistados, es que la ecología y la preservación del ecosistema marítimo implican una vital responsabilidad que identifica y, al mismo tiempo, acredita una legitimidad. A través de dicha responsabilidad se evidencia otro rasgo legitimante visto como “auténtico” entre ellos. Con respecto a esto, cabe recordar las apelaciones existentes en la revista *Surfista* para generar una participación activa y una conciencia ecológica en el destinatario: *No ensucies tu playa, ayuda a limpiarla, denuncia a quienes ilegalmente la destruyen y también a las autoridades que no cumplen con sus obligaciones o cuidemos nuestro parque de diversiones: el mar*. Un dato importante es la inexistencia de una temática ecológica representada en las películas analizadas, aunque sí la mención en la revista *Surfista* de un organismo mundial (*Surfrider Foundation*) con sedes en distintas costas del mundo, incluida Mar del Plata, que promueve y difunde un accionar ecológico entre los surfistas de todo el mundo.

A través del consumo, los surfistas marplatenses comunican estéticamente la identidad. Como consecuencia de la moda asociada al surf, estos surfistas intentan proclamar su legitimidad ante todos aquellos que anhelan “sumarse” y pertenecer al grupo. Esta cuestión de la moda en torno al surf predomina, principalmente, en el plano local a través del discurso de la revista y de los entrevistados. Los propios surfistas así lo entienden: *Muchos vieron Punto límite y se hacen los gallos cuando hace sólo dos meses que surfean*. De este modo, es posible notar una lectura de cierto rechazo a esta película por parte de los surfistas marplatenses. Para los surfistas de Mar del Plata, la representación que este film realiza de los surfistas (a los que estigmatiza) no es -en lo

que se concierne a esto- para nada “correcta”. De allí, la ironía con la que se refieren a la misma.

En relación con la moda, en un fragmento de la revista se expresaba lo siguiente: *El surf tiene mucha moda. Hay flacos que bajan la tabla a la playa para dejarla en la arena. Pero eso hay en todos lados.* Para evitar esto, los surfistas marplatenses apelan a ciertas conductas de consumo con vistas a contrarrestar la presencia de “outsiders” o surfistas ilegítimos. Comprar la tabla en los talleres de fabricación, sin incorporar a outsiders e intermediarios, es una de esas medidas que tienden a un crédito de autenticidad mediante una resignificación del consumo con valor identitario.

De este modo, el análisis de la alteridad que construyen los surfistas marplatenses da cuenta de un proceso sumamente complejo. Es decir, ante la alteridad, conformada por todos aquellos que no surfean, desaparecen las diferencias internas entre los surfistas y se proclama la pertenencia y la unión del grupo. Pero los surfistas marplatenses intentan imponer su identidad ante aquellos surfistas de otras ciudades o países que ocasionalmente se adentran en olas marplatenses. De ese modo, muestran un cierto “localismo marplatense” para diferenciarse y proclamar identitariamente la pertenencia al grupo. Como ya dije, se genera, mediante una resignificación territorial, un fenómeno de relocalización. En términos de Reguillo Cruz, “el mundo se desterritorializa, es cierto, con respecto al quiebre de un centro con la periferia, con respecto al discurso de un mercado que se globaliza, con respecto a Internet y sus redes virtuales, pero sólo para volver a relocalizarse, a reterritorializarse, es decir a establecer sus nuevas coordenadas de operación” (2000: 145). No obstante, dentro del grupo, tal como fue explicitado precedentemente, predomina una heterogeneidad que demarca la pertenencia a través de alteridades y relaciones de poder entre los mismos surfistas. De este modo, la autenticidad, el saber, la experiencia y el territorio, son los requisitos que permiten el reconocimiento de los pares y el acceso a dicha pertenencia legítima. El arraigo a las playas de la ciudad de Mar del Plata posee gran importancia en la identificación de estos “surfistas verdaderos”.

Por otro lado, la contradicción existente en *Punto límite* (ver Capítulo 2) también aparece en el discurso de los actores marplatenses. Si bien los surfistas de Mar del Plata, a través de la “evasión” de la vida urbana, buscan el ocio y una liberación ante las condiciones dominantes de vida, sus prácticas aparecen envueltas en una ambigüedad. Es decir, los surfistas y su resistencia al sistema dominante, quedan absorbidos, mediante el consumo, por tal sistema hegemónico. Es oportuno recordar que en todos

los objetos existentes en el mercado están presentes los intereses de los sectores económica e ideológicamente dominantes. Por ende, aunque exista una resignificación notable de los objetos consumidos por parte de los surfistas, el dominio hegemónico, a través del simple acto de consumir, queda garantizado. De allí, lo ambiguo y contradictorio de las prácticas y discursos de estos surfistas. A modo de cierre cabe citar la analogía con el transeúnte urbano que hace Beatriz Sarlo. Para esta autora “el caminante urbano usa algunas posibilidades, desecha otras y, en la medida en que le sea posible, transgrede algunas disposiciones. Pero existe la ciudad, dividida de manera sustancial y simbólica, existe el trazado de sus calles y la libertad de su recorrido tiene los límites impuestos por el escenario social. El ejemplo muestra que el círculo de las prácticas-interpretaciones es precisamente eso, un círculo en el que aun las transgresiones están contempladas por las indicaciones de uso (las indicaciones de uso dan forma y contenido a las transgresiones)” (Sarlo, 2001: 218).

En relación con *Punto límite*, película transnacional en la cual los surfistas son representados identitariamente “*desde arriba*” como marginales, violentos y delincuentes, los discursos de los surfistas marplatenses y de la revista intentan revertir esas estigmatizaciones construidas y transmitidas por dicha película. En consecuencia, ante un imaginario (en cuya construcción los medios tienen una gran influencia) que los considera como perezosos, marginales y adictos a la marihuana (cualidades enfatizadas en *Punto límite*), los surfistas marplatenses se proclaman exentos de tales “aspectos conflictivos” al construirse como partícipes de una misión social. Por ende, a través del surf, se construyen como un grupo vinculado con la paz, el respeto y la preservación del medio ambiente. A modo de ejemplo, retomo un fragmento, ya analizado, de la revista *Surfista*:

Los surfistas no solamente jugamos en el océano, sino que también lo cuidamos y defendemos. Simplemente porque el mar es vida y porque las olas son nuestro combustible que día a día nos renueva con su energía. Esta forma de ver la vida es transmitida a niños, jóvenes y adultos, quienes luego de haber surfeado sus primeras olas quedarán para siempre íntimamente ligados al mar y al surf; y esto hará que cada día que pase más gente tenga esa conciencia que necesita el planeta en este tercer milenio.

De este modo, tal como fue sostenido en el Capítulo 5, a pesar de una cierta influencia mediática, los surfistas marplatenses no adquieren una actitud totalmente pasiva y sumisa ante la incidencia de las películas globales y de la revista *Surfista*. Las

distintas resignificaciones que estos actores marplatenses construyen, dan cuenta de una especie de resistencia. En suma, entre tales resignificaciones se destacan las siguientes:

- La resignificación que los surfistas marplatenses construyen con respecto a la estigmatización representada sobre los surfistas en *Punto límite*. En consecuencia, a través de las nuevas significaciones construidas lo que se intenta es revertir esas connotaciones negativas que la película genera en torno a los surfistas.

- Otra resignificación de los actores marplatenses en relación con las películas se construye tras proclamar al surf como una práctica no estrictamente estival. Si bien en las dos películas analizadas (*Punto límite* y *The Endless Summer*) el surf es emparentado con el verano, los surfistas marplatenses adoptan esta práctica a las condiciones climáticas propias de su ciudad que se presentan a lo largo de todo el año (incluso durante el invierno). En efecto, esta idea de “surf continuo” tiene estrecha relación con la imposibilidad material, propia de muchos surfistas marplatenses y luego de la fuerte devaluación sufrida en Argentina, de emprender viajes hacia las playas más cálidas del mundo.

- En relación con lo anterior, el arraigo y pertenencia a las playas de Mar del Plata es otra resignificación que los surfistas marplatenses construyen para reivindicar su territorialidad. En consecuencia, predomina una identidad anclada en un territorio específico conformado por las playas marplatenses.

- Los surfistas de Mar del Plata adaptan la necesidad de conocer la naturaleza y las condiciones marítimas a las características naturales que presenta la costa marplatense.

- La especie de jerga que los surfistas marplatenses comparten entre sí es otro rasgo que los identifica. Si bien predomina una influencia notoria de términos técnicos reproducidos del inglés, utilizados globalmente, los surfistas marplatenses crean su propio lenguaje acorde con sus prácticas, con su grupo etario, etc.

- Las vestimentas y el consumo de los productos surferos, de circulación transnacional, también son resignificados localmente de acuerdo con un valor simbólico e identitario específico.

- En relación con la revista *Surfista*, se destaca la resignificación que los surfistas marplatenses construyen ante el posicionamiento del surf como un “deporte institucionalizado” que este medio intenta lograr. A diferencia de ello, los surfistas entienden y construyen al surf como un reconfortante estilo de vida, al margen de organismos institucionales y dirigencias organizadoras y más acorde con la utopía de libertad que se hizo famosa por la película *The Endless Summer*.

Como se pudo apreciar en esta investigación, los surfistas marplatenses presentan una actitud activa y resignificadora ante la incidencia de los discursos globales y locales. No obstante, si bien puedo hablar de un público no pasivo, a partir de los resultados arrojados por esta investigación, no puedo dejar de reconocer el poder de los medios para imponer los valores e ideas dominantes e influir, muchas veces, en la construcción de los imaginarios sociales. De hecho, en la actualidad, desde la perspectiva del consumo, “el crecimiento de una industria globalizada dedicada a la producción de bienes y mercancías para los jóvenes es pasmoso: ropa, zapatos, alimentos, discos, videos, aparatos electrónicos, canales de televisión por señal (MTV es el mejor ejemplo), frecuencias radiofónicas, fanzines y revistas, se ofertan no sólo como productos sino como estilos de vida” (Reguillo Cruz, 2000: 81). Estas industrias generan gran cantidad de mercancías y modelos estéticos como ofertas de identidad para los jóvenes. Dichas industrias, a través de sus productos de distribución global, crean imaginarios que influyen, muchas veces, en los sentidos producidos por actores de todas partes del mundo.

De este modo, las imágenes creadas en torno del surf y de los surfistas, en ciertos aspectos, pueden pensarse como “modelos estéticos” de la globalización. En ello, las imágenes publicitarias poseen una notoria incidencia. Las publicidades de los productos de surf, construidas con surfistas jóvenes, esbeltos, rubios y bronceados, intentan transmitir todo un imaginario exento de fronteras geográficas y emparentado con la audacia y la diversión. Una estética cristalizada en un estilo joven y despreocupado, estereotipada universalmente en las publicidades. Allí radica una posible clave que invita a continuar una reflexión, desde una perspectiva comunicacional, en una posterior investigación.

A la vez, y en consecuencia, otra tensión toma forma, pues lo anterior trae aparejado una problemática aún más severa: aunque la oferta incesante de productos y estéticas, transmitidos por las industrias culturales, los medios y la publicidad es incesante, no todos tienen el acceso garantizado a los mismos. Al respecto, para Beatriz Sarlo, “el único obstáculo eficaz a la homogeneización cultural son las desigualdades económicas: todos los deseos tienden a parecerse, pero no todos los deseos tienen la misma oportunidad de realizarse. La ideología nos constituye como consumidores universales, aunque millones sean únicamente consumidores imaginarios” (1994: 114).

En consecuencia, reflexionar sobre esta brecha creciente de “este mundo donde sobran símbolos pero falta alimento” (Ford, 1994: 63), implica otro gran desafío y una puerta de entrada a un nuevo conflicto para retomar y discutir, tal vez, en un futuro análisis.

7. BIBLIOGRAFÍA

Alvarez Sousa, Antonio (1992) "El Constructivismo estructuralista: la teoría de las clases sociales de Pierre Bourdieu". En Revista *Reis*, 75/96. Universidad de La Coruña, pp.145-172

Arzeno, Federico y Contursi, María Eugenia (2004) *La comunicación de la identidad: problemas teóricos, metodológicos y pedagógicos*. Ponencia presentada en las Jornadas de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

Barth, Fredrik (1976) "Introducción". En *Los grupos étnicos y sus fronteras*. México, Fondo de Cultura Económica.

Baumann, Gerd (1992) "Los rituales implican otros. Releyendo a Durkheim en una sociedad plural". En de Coppet, Daniel (ed.) *Understanding rituals*. Londres, Routledge, 1992. Traducción de Romina Resnich.

Bourdieu, Pierre (1984) "El mercado lingüístico". En *Sociología y cultura*. México, Grijalbo.

.....(1988) "Los usos del pueblo". En *Cosas dichas*. Barcelona, Gedisa.

Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loic (1995) "Lógica de campos". En *Respuestas. Por una antología reflexiva*. México, Grijalbo.

Contursi, María Eugenia y Ferro, Fabiola (1998) "Introducción a la problemática de las mediaciones". En *Cuadernos de Comunicación y Cultura N° 54*, Publicación de la Cátedra Teoría y Práctica de la Comunicación II, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

Coulon, Alain (1988) "Los conceptos clave de la etnometodología". En *La etnometodología*. Madrid, Cátedra.

De Certeau, Michel (1996) "Introducción" y "Culturas populares". En *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer I*. México, Universidad Iberoamericana.

Elbaum, Jorge (1997) "Antonio Gramsci: optimismo de la voluntad y pesimismo de la razón". En *Cuadernos de Comunicación y Cultura N° 54*, Publicación de la Cátedra Teoría y Práctica de la Comunicación II, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

Fiske, John (1995) "Comprendiendo la Cultura Popular" y "Leyendo la playa". En *Reading the Popular*. Londres y Nueva York, Routledge.

Ford, Aníbal (1994) "De la aldea global al conventillo global. Algunos campos críticos en la problemática homogeneización, heterogeneización y fragmentación en las culturas de América Latina". En *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Buenos Aires, Amorrortu.

..... (1994) "Conexiones. El conjunto "índices, abducción, cuerpo". Entre los comienzos de nuestra modernidad y la crisis actual". En *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Buenos Aires, Amorrortu.

..... (1999) *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*. Buenos Aires, Norma.

García Canclini, Néstor (1989) "Culturas híbridas, poderes oblicuos". En *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, Grijalbo.

Geertz, Clifford (1987) "Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura". En *La interpretación de las culturas*. México, Gedisa.

Goffman, Erving (1963) "Los otros como biógrafos". En *Estigma. La identidad deteriorada*. Buenos Aires, Amorrortu.

Grimson, Alejandro (1998) "Introducción. Construcciones de alteridad y conflictos interculturales". En *Cuadernos de Comunicación y Cultura N° 55*, Publicación de la Cátedra Teoría y Práctica de la Comunicación II, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

Guber, Rosana (2001) *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Buenos Aires, Norma.

Hall, Stuart (1996) "Introducción: ¿Quién necesita identidad?". En Hall, Stuart y du Gay, Paul, *Questions of cultural identity*. London, Sage. Traducción de Natalia Fortuny.

Kerbrat, Catherine y Orecchioni (1981) "La problemática de la enunciación" y "La subjetividad en el Lenguaje". En *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Hachette.

Klein, Naomi (2001) *No logo. El poder de las marcas*. Buenos Aires, Piados.

Lettieri, Alberto (2003) *La civilización en debate. Historia contemporánea: de las revoluciones burguesas al neoliberalismo*. Buenos Aires, Eudeba.

Maingueneau, Dominique (2003) "¿"Situación de enunciación" o "situación de comunicación"?". En *Revista Discurso.org*. Año 2, N° 5. Traducción de Laura Miñones.

..... (2002) "Problemes d'éthos". En *Pratiques N° 113/114*, Junio de 2002, pp.56-67 (Traducido y seleccionado por M. Eugenia Contursi para uso exclusivo del Seminario "Análisis del discurso y comunicación").

..... (1976) "Introducción" y "Las modalidades". En *Introducción a los métodos de análisis del discurso. Problemas y perspectivas*. Hachette.

Marcuse, Herbert (1970) *El hombre unidimensional*. México, Joaquín Mortez.

Margulis, Mario (1996) *La juventud es más que una palabra*. Buenos Aires, Biblos.

Margulis, Mario y Urresti, Marcelo (2004) *Buenos Aires y los jóvenes: las tribus urbanas*. Taller de Sociología de la Cultura, Instituto Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales.

Martini, Stella (1994) "La comunicación es interacción. Cuando comunicar es hacer: Interaccionismo simbólico, Erving Goffman y apuestas en juego". En *Cuadernos de Comunicación y Cultura N° 54*, Publicación de la Cátedra Teoría y Práctica de la Comunicación II, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

Martini, Stella y Halpern, Gerardo (1998) "Imaginarios sociales". En *Cuadernos de Comunicación y Cultura N° 54*, Publicación de la Cátedra Teoría y Práctica de la Comunicación II, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

Monsiváis, Carlos (1981) "Dancing: el hoyo punk". En *Escenas de pudor y liviandad*. México, Grijalbo.

Reguillo Cruz, Rossana (2000) *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Buenos Aires, Norma.

Sarlo, Beatriz (1994) *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Buenos Aires, Ariel.

..... (2001) *Tiempo presente. Notas sobre el cambio de una cultura*. Buenos Aires. Siglo XXI.

Shoat, Ella y Stam, Robert (1994) "Introducción" y "Tropos del Imperio". En *Unthinking eurocentrism. Multiculturalism and the media*. London, Routledge. Traducción y adaptación de María Eugenia Contursi y Fabiola Ferro.

Sunkel, Guillermo (2002) "Una mirada otra. La cultura desde el consumo". En Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela, pp. 287-294.

Todorov, Tzvetan (1991) "Exotismo y primitivismo". En *Nosotros y los otros. Reflexión sobre la diversidad humana*. México, Siglo XXI.

Verón, Eliseo (1985) "El análisis del Contrato de Lectura, un nuevo nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media". En *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*. París, IREP.

Verón, Eliseo (1987) "El sentido como producción discursiva". En *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires, Gedisa.

Winkin, Yves (1984) "La universidad invisible". En *La nueva comunicación*. Barcelona, Kairós.

MATERIAL SOBRE SURF:

- Revista *Surfista* N° 20 (Marzo-Abril 1996) a N° 50 (Marzo-Abril 2004)

- Revista *Surfer Rule* (España)

- www.surfobsesion.com (España)

- Nannini, Gabriel (1999) *Surfeando Argentina*. Mar del Plata, mimeo.

- www.elsurfero.com (Argentina)

PELÍCULAS:

- *The Endless Summer (El verano sin fin)*, (1964). Dirección: Bruce Brown.

- *Point Break (Punto límite)*, (1989). Dirección: Kathryn Bigelow.