

Cibercultura, comunidades en línea y nuevas tecnologías en la práctica del deporte: el caso del surfing

*Cyberculture, Virtual Communities and New Technologies
in the Practice of Sport: the Case of Surfing*

Esta obra se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Jesús Estrada Milán

Resumen

En el siguiente trabajo se examina el papel de las nuevas tecnologías de comunicación en la práctica del deporte y las culturas deportivas. Para ello, se analiza el caso particular de los surfistas, los cuales se caracterizan por mantener una relación estrecha, reflexiva y dinámica con los medios digitales, tanto para el desarrollo de la actividad deportiva, como para la producción, distribución y consumo de contenido multimedia. Después de analizar los usos, apropiaciones y significados que estos deportistas le atribuyen a las herramientas tecnológicas, aplicaciones móviles y redes sociales por Internet, se concluye que la realidad y la virtualidad en el deporte no se experimentan como mundos separados, sino son ámbitos de interacción complementarios que inciden en los tiempos y espacios de la actividad deportiva, así como en las formas de agrupamiento.

Palabras clave: Cibercultura, Comunidades virtuales, Redes sociales, Deportes, Identidad

Abstract

The following work examines the role of new technologies in the practice of sport and sports subcultures. In order to do so, it is analyzed the case of surfers, which are characterized by maintaining a close, reflexive and dynamic relationship with digital media, both for the development of their sport activity, as for production, distribution and consumption of multimedia content. After analyzing the uses, appropriations and meanings that surfers attribute to technological devices, mobile apps and online social networks, it is concluded that reality and virtuality are not experienced in sport as separate worlds, but as complementary spaces of interaction that affect their spaces and times of practice, as well as their forms of grouping.

Keywords: Cyberculture, Virtual communities, Social networks, Sports, Identity

Jesús Salvador Estrada Milán. Mexicano. Maestro en Estudios Culturales por El Colegio de la Frontera Norte. Adscripción institucional actual: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma de Querétaro. Líneas de investigación: Estudios culturales, Culturas juveniles, Música y deportes en la cultura urbana. Publicación más reciente: "Riding Waves on the Mexico-United States Border: Beaches, Local Surfers and Cross-Border Processes", en: *Journal of Sports and Social Issues* (en prensa); jesusestradam@hotmail.com

No cabe la menor duda que el deporte es un fenómeno de gran notoriedad social. Esto es, porque no se hace acompañar de una connotación ritual (como era el caso del tradicional juego de pelota), o bien, porque algunas actividades físicas antes consideradas actividades de prestigio, perdieron paulatinamente su referencia de clase.¹ Como señala Alabarces (1998), el deporte en nuestros días constituye una práctica esencialmente humana y cotidiana que despierta un fuerte interés entre la sociedad y, muchas veces, una pasión desbordante. Es un punto de referencia para la configuración de identidades y estilos de vida de un creciente número de personas alrededor del mundo.

Actualmente, es difícil entender la actividad deportiva sin considerar el papel de Internet, las redes sociales, los celulares inteligentes y las aplicaciones móviles, en tanto que se han convertido en una suerte de segunda naturaleza que nos resulta propia, principalmente entre las generaciones jóvenes (Urresti, 2008). Los alcances del nuevo sistema tecnológico y

1. Es el caso del fútbol que, por ejemplo, desde finales del siglo XIX hasta mediados del siglo XX, en la mayoría de los países latinoamericanos se le consideraba una "costumbre moderna", europea, y por lo tanto era un deporte practicado exclusivamente por las élites locales.

la creación de herramientas de comunicación cada vez más sofisticadas, fáciles de usar, para la producción de contenido multimedia y para establecer contactos entre personas en tiempo real, sin importar las distancias, están cambiando la cultura y vida cotidiana. Como bien señala Castells:

Puesto que la comunicación mediatiza y difunde la cultura, las mismas culturas, esto es, nuestros sistemas de creencias y códigos producidos a lo largo de la historia, son profundamente transformados, y lo serán más con el tiempo, por el nuevo sistema tecnológico (2002:360).

No es el propósito en este trabajo presentar una revisión exhaustiva de la literatura sobre el uso de los medios y tecnologías digitales. Ciertamente, así como varios investigadores han dado cuenta cómo han alterado el campo de las industrias creativas (Canclini, Cruces & Urteaga, 2012), la política (Padilla & Flores, 2011; Reguillo, 2017) o las culturas juveniles (Wilson & Atkinson, 2005; Kruse, 2010), también se puede atestiguar sus efectos en el ámbito deportivo. En México, existen varias investigaciones sobre el deporte y sus nexos con los medios de comunicación televisivos, sobre todo del fútbol (véase Alonso & Ávalos, 2013). Sin embargo, poco se conoce sobre el uso de dispositivos y plataformas electrónicas en la cotidianidad y las comunidades de los deportistas, que impactan en la progresión de las técnicas y habilidades, en los tiempos y espacios de entrenamiento, en las formas de agrupamiento y el consumo de contenidos audiovisuales.

El objetivo en el presente texto es analizar desde la perspectiva del deportista, a partir de entrevistas, observación participante y “netnografía”, la experiencia real y la construcción de sentido alrededor de los medios y tecnologías digitales. Para ello, se aborda de manera específica el caso de los surfistas, ya que a pesar de ser en México un deporte al margen del “mainstream mediático”, el surfing como otros deportes de riesgo o aventura (alpinismo, *skateboarding*), se han destacado por ser pioneros en la adopción de medios digitales y dispositivos tecnológicos para el desarrollo de la práctica deportiva y la producción y distribución de contenido multimedia (Gilchrist & Wheaton, 2013; Thorpe, 2017).²

2. Muchas de las competiciones y corporaciones de surfing, en su afán de alcanzar una mayor audiencia, han diseñado aplicaciones móviles para la transmisión en vivo de eventos y compartir estadísticas, noticias, horarios e información de los atletas. Es el caso, por ejemplo, del concurso profesional de surf *Billabong Pipe Masters*, que estableció un nuevo record en su edición del año 2013, al registrar poco más de 3.5 millones de espectadores en línea a través de su sitio de Internet y aplicaciones móviles.

El artículo está organizado de la siguiente manera. Primero, se conceptualiza el ciberespacio como un espacio no físico sobre el que se forja una cultura y se configuran redes de sociabilidad que interactúan a través de la red. Segundo, se explora el acoplamiento de los deportes con los nuevos dispositivos tecnológicos, particularmente, en el caso de los deportes de riesgo y aventura en la naturaleza. Posteriormente, se analizan los usos, significados y efectos de dichas herramientas en la práctica y cultura del surf. Finalmente, se concluye que lo real y lo virtual en la vida cotidiana de los deportistas no se experimentan como mundos separados. Dichas tecnologías, actúan sobre la actividad deportiva, y producto de su acoplamiento reconfiguran los tiempos y espacios de entrenamiento, la identidad y las formas de organización colectiva.

Ciberespacio, cibercultura

y comunidades en línea

Cuando se pretende investigar a fondo las prácticas y culturas en torno al *hacer* deporte, es necesario considerar el papel de las tecnologías y medios digitales, la interacción en redes sociales y el uso de aplicaciones móviles. Partiendo de una definición de cultura como “forma de vida en su conjunto” (Williams, 2000), las prácticas y culturas deportivas están conformadas por elementos de tipo simbólico, espacial y corporal (Eichberg, 1998; Alonso, 2014), pero también tecnológico (Macnaghten y Urry, 2001). Por lo tanto, lo que caracteriza a los jugadores y sus colectivos o “subculturas”, son también los modos de apropiación e interpretación diferenciada de una variedad de artefactos tecnológicos que inciden en las prácticas deportivas.

Antes de la escritura y la imprenta, el almacenamiento, procesamiento y transmisión de información, empleaba como soporte exclusivamente el cuerpo humano (Serres, 2013). Hoy estas capacidades se han exteriorizado al hacer uso de dispositivos que almacenan y circulan la información por un espacio no euclidiano o topográfico: el ciberespacio. Esta red o “supraterritorio virtual” por medio del cual las personas se comunican e interactúan, constituye la infraestructura material que emerge de la interconexión de computadoras y aparatos electrónicos (Levy, 2007). Esto no quiere decir que el ciberespacio sustituya al espacio físico, sino más bien es incorporado como un espacio adicional de interacción, de representación, capaz de producir otras realidades, cambios y discontinuidades en la vida cotidiana de los deportistas.

En tanto el ciberespacio y los dispositivos electrónicos han hecho posible la interacción con otras personas más allá de los encuentros físicos, superando las barreras del tiempo y el espacio, están siendo creadas “ciberculturas” y comunidades virtuales (Levy, 2007; Urresti, 2008). Esto se debe a que Internet como nuevo modelo de comunicación reticular de corte multidireccional, ofrece a los usuarios un mayor potencial interactivo y posibilidades de selección de contenidos (Urresti, 2008). En el ámbito de los deportes, podemos argumentar que son los propios jugadores quienes configuran este modelo por medio de su participación y colaboración, en función de los diferentes contextos deportivos en los que es empleada la tecnología.

Es sobre la base de sus intereses, valores y afinidades electivas como se constituyen redes de sociabilidad o comunidades en el ciberespacio, las cuales están siendo redefinidas continuamente a partir de las preferencias de los participantes. Algunas de ellas podrán ser más o menos inclusivas en la medida en que los propios usuarios lo permitan, o bien, es posible que los contenidos y las interacciones al interior del grupo sean comprendidas y apreciadas sólo por sus miembros. Dichas “comunidades conectadas” en el escenario deportivo, permiten construir o reiterar sentidos de pertenencia, modos de organización y forjar relaciones afectivas con otros jugadores con quienes comparten sus gustos identitarios, aunque sin las limitaciones espaciales o temporales del curso de la vida que obstaculizan los encuentros.

Durante mucho tiempo ha prevalecido una postura conservadora que asegura que en estas colectividades *online*, la interacción social en el ciberespacio no tiene ningún efecto directo sobre la vida cotidiana de la gente; como si la realidad y la virtualidad se experimentaran como mundos separados. Sin embargo, de ser así, los deportistas no podrían aprovechar el uso de Internet ni las aplicaciones móviles, en beneficios para el desarrollo de la actividad deportiva, ni tampoco los códigos de reconocimiento entre pares procedentes de la práctica real tendrían consecuencias en la interacción en línea. Como bien ha señalado Castells (2002), nos encontramos ante una “cultura de la virtualidad real” en la que los procesos comunicativos, así como la producción y el consumo de signos, real y virtual, representan de igual modo la realidad.³

3. La “cultura de la virtualidad real” a diferencia de la experiencia histórica previa: “Es un sistema en el que la misma realidad (esto es, la existencia material/simbólica de la gente) es capturada por completo, sumergida de lleno en un escenario de imágenes virtuales, en el mundo de hacer creer, en el que las apariencias no están sólo en la pantalla a través de la cual se comunica la experiencia, sino que se convierten en la experiencia” (Castells, 2002:406).

Internet es un ciberespacio donde se crea y gesta una cibercultura (Hine, 2004). Constituye un campo de acción virtual en el que se configuran códigos comunes y determinadas formas de actuar y de interactuar con los demás. Y no sólo Internet, también los dispositivos electrónicos (celulares multifunción, cámaras de video), son accesorios que terminan por convertirse en portadoras de diferentes significados e intenciones, dependiendo de los contextos deportivos en que son aplicadas y de las relaciones que se establecen al utilizar dichos artefactos como medio de comunicación. Es debido a esta apropiación diferenciada y la flexibilidad interpretativa que encierran las tecnologías, que las culturas deportivas constituyen a su vez *ciberculturas deportivas* integrada por contextos, protocolos de comunicación y reconocimiento, códigos y desempeños digitales que les son propios.

El acoplamiento entre el deporte

y las tecnologías digitales

Los deportes, tal y como lo conocemos hoy en día, sobre todo las disciplinas olímpicas o federadas, tienen su antecedente en el proceso de modernización de la sociedad industrial. Hacia finales del siglo XVIII, como dice Sánchez (2003), el “sistema deportivo moderno” se convirtió en un instrumento eficaz para socializar de manera lúdica ciertos valores del mundo occidental: la idea de civilización, la mejora de la salud, el progreso como forma de superación constante, la virtud del trabajo, la búsqueda del éxito, la competencia y la noción de justicia ligada a las reglas de los juegos.⁴ Ante la necesidad de mostrar emociones fuertes, rivalidad, o bien, sentimientos de rechazo y lucha hacia otras personas, pero sin dejar de someterse a un orden, el proceso civilizatorio encontró en los deportes, un escenario social idóneo para remediar dicha tensión y generar un desorden “controlado” y placentero (Elias & Dunning, 1992).

Hacia la segunda mitad del siglo XX, en el contexto de auge de los procesos de individualización, las industrias culturales, el acceso a vehículos motorizados, los movimientos juveniles y la cultura de consumo,

4. Además de constituirse como un eficaz instrumento de modernización, sociólogos como Eichberg (1998), van incluso más allá al sostener que el uso de salas cerradas, como ocurrió en un principio con la gimnasia y el tenis, funcionaron como un dispositivo de control sobre los cuerpos al igual que los espacios disciplinarios como las cárceles, las escuelas y los hospitales, bien estudiados por Michel Foucault. De ahí que Eichberg encuentre una importante coincidencia entre los movimientos por regresar a las actividades físicas al “aire libre” y los periodos revolucionarios.

emergieron y se popularizaron otras modalidades deportivas amparadas en nuevos espacios como calles, ríos, montañas, playas, deportivizando e integrando al mercado, tanto la ciudad como la naturaleza (Macnaghten y Urry, 2001). Dichos deportes también llamados “deportes de acción”, “extremos” y de “estilo de vida”, se caracterizan por configurar lugares en espacios que antes no eran ocupados, reutilizándose y resignificándose como terrenos de juego, y creando la posibilidad de experimentarlos de un modo diferente (Leyden, 2013).

Siguiendo la premisa de que los deportes son en parte reflejo del contexto sociohistórico en el cual se desarrollan (Elias & Dunning, 1992; Sánchez, 2003), las dinámicas, prácticas y sistemas de valores que caracterizan a las distintas disciplinas, se articulan a lo que puede llamarse el “espíritu de una época”. En este caso, los deportes contemporáneos, de riesgo y aventura, además del placer, la descarga emocional y el encuentro con la naturaleza que posibilitan, se vinculan con la creciente incertidumbre política, económica y social, así como con la percepción de los procesos de riesgo que caracterizan a la sociedad actual:

[...] el deporte en general y los neo-deportes de riesgo en concreto funcionan como campos de riesgo ritualizados. Es decir, que pueden ser interpretados como aparatos semánticos importantes para la configuración de diferentes modelos de riesgo que, a su vez, incorporan diversas éticas de la contingencia básicas dentro del sistema sociocultural contemporáneo (Sánchez, 2003:253-254).

En el “sistema deportivo moderno” no había cabida para el atrevimiento ni el peligro, puesto que las actividades recreativas no buscaban convertir lo inseguro e incalculable en la premisa de la acción (Elias & Dunning, 1992). Las contiendas deportivas se encontraban bajo el predominio de la “razón”. Pero en la sociedad contemporánea, en la que se observan con desconfianza las promesas de futuro y pareciera no existe seguridad ontológica, los deportes de aventura se experimentan como riesgos manufacturados, o si se prefiere, como mecanismos auxiliares de aprendizaje para hacer frente al riesgo bajo la propia responsabilidad y así reconstruir la confianza en uno mismo:⁵

5. Conviene aclarar que estos deportes de acción con un alto componente de peligrosidad, son llamados también “deportes de riesgo”, no porque tengan como consecuencia un alto índice de muertes o resulten en lesiones graves, sino más bien porque el riesgo es buscado por los participantes principalmente por las emociones que procuran.

[...] no es el deporte de aventura un riesgo imaginario que permite al individuo de la segura sociedad contemporánea completar una parte esencial de su persona, sino, al contrario, es el espacio privilegiado donde los individuos experimentan de forma voluntaria con el riesgo para después hacer frente, en mejores condiciones, al riesgo social de un futuro incierto (Sánchez, 2003:264-265).

La creciente popularidad de estas prácticas deportivas emerge en un contexto donde la sociedad ha ampliado y diversificado los referentes de adscripción identitaria. Donde los procesos de individualización, los medios de comunicación y el consumo personal, conllevan a que la identidad se torne más flexible y reflexiva (Giddens, 1995). Es así como surgen nuevos sentidos de pertenencia e intereses hacia bienes de consumo y productos simbólicos, más fluidos con respecto a los que antes mantenían unida a la sociedad (religión, nación). Dichos deportes como el surfing o la escalada, aunque tienen un marcado carácter individualista, no excluye la formación de colectivos de iguales que comparten territorios propicios para la práctica.

A efectos de esquematizar, los deportes de riesgo y aventura son un fenómeno reciente (sobre todo en México y otros países de América Latina), pues fueron creados o se popularizaron apenas hace algunas décadas. Siguiendo a Wheaton (2004), se caracterizan por practicarse en espacios al “aire libre” y mantenerse más cercanos a una ética de recreación. Asimismo, se conciben fundamentalmente a partir de la participación, antes que como un deporte de espectáculo para el consumo pasivo y mediatisado. Se experimentan como “estilo de vida” al reglamentar la existencia de los deportistas, y otorgarle a ello un sentido que les atribuye una identidad particular y distintiva. Y, por último, al depender de la adquisición de objetos diseñados especialmente para su práctica, gran parte de estos “deportistas radicales” pertenecen a los sectores socioeconómicos medios y altos de la sociedad.

Dicho lo anterior, se plantea que más que en los deportes convencionales como el fútbol o el béisbol, son en los deportes de riesgo y aventura donde más se utilizan y explotan las posibilidades que ofrece el mundo digital. Primero, porque las condiciones sociales de los jugadores posibilitan la apropiación de dichos dispositivos tecnológicos. Segundo, porque para que sean capaces de conquistar espacios de alto riesgo, como el mar o la montaña, dependen de herramientas para lograrlo: cuerdas, tablas, trajes de neopreno, calzado, geolocalizadores. Aquí el interés está en el uso de celulares inteligentes, aplicaciones móviles y redes sociales por

Internet, para argumentar que los surfistas y su correspondiente cultura deportiva, siguiendo este vínculo intrínseco con los objetos tecnológicos, mantienen una relación estrecha, reflexiva y dinámica con los nuevos medios y tecnologías digitales.

El análisis etnográfico

de las cibercomunidades deportivas

Para comprender en profundidad la cibercultura y los agrupamientos virtuales en torno a la práctica del surfing, se siguieron las recomendaciones de Gómez (2002) de atender la particularidad de las dinámicas y estructuras en el ciberespacio que son propias de un grupo, desde la realidad, como desde la virtualidad. Esto, con el objetivo de analizar el uso, los contenidos y la apropiación de las herramientas tecnológicas, pero sin aislar las condiciones reales que ponen de manifiesto la continuidad del fenómeno comunicacional.

El trabajo de campo y la “netnografía”, ésta última entendida como “la aplicación de la etnografía al estudio del ciberespacio” (Turpo, 2008), se llevó a cabo de agosto 2015 a marzo de 2016. Durante ese periodo, se acompañó y practicó el deporte con *surfos* tijuanaenses en varias playas de Baja California, y se participó activamente en las diferentes páginas y grupos de Facebook, Instagram y WhatsApp, para seguir de cerca la interlocución directa, para observar y encarnar al “sujeto virtual” (Gómez, 2002) del universo surfista. Se observaron y examinaron contenidos, mensajes, interacciones, jerarquías, la escenificación de la identidad, la interiorización de las aplicaciones móviles, entre otras prácticas que los surfistas despliegan en el ciberespacio.

Para entender cómo los surfistas se apropian de las tecnologías y encarnan al “sujeto virtual”, se exploró el fenómeno comunicacional a partir de la *realidad*, es decir, desde las condiciones socioeconómicas y culturales de los jugadores, desde sus necesidades según la modalidad deportiva, así como las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías una vez integradas a la práctica. En este nivel del análisis, la observación participante en el terreno mismo de juego, en la playa y la rompiente de olas, hizo posible establecer conversaciones con sujetos activos y líderes de opinión, pertenecientes al núcleo duro de la comunidad surfista. A partir de entrevistas, proporcionaron aspectos significantes de la actividad deportiva y su acoplamiento con las redes sociales, aplicaciones móviles y otros dispositivos electrónicos.

Por su parte, para el análisis de la *virtualidad*, la participación del investigador en los escenarios virtuales donde se desarrollan las prácticas, que son el objeto de análisis, hizo posible conocer las características, posibilidades y limitaciones de las tecnologías de cara a su funcionamiento dentro de dicho colectivo. Por medio de los grupos de Facebook, Instagram y WhatsApp, donde se desarrolla buena parte de la acción virtual, se encontró un lugar desde donde mirar, registrar y descubrir el acontecer cotidiano en el ciberespacio: horarios de actividad, protocolos de comunicación, contenidos, poder, incidencia en la práctica deportiva. En este nivel, Gómez (2002) considera que se tiene la ventaja de aproximarse a los procesos y dinámicas de un modo “natural”, al utilizar como medio y recurso, el mismo canal por el que el usuario desarrolla su actividad.

Finalmente, la “autoetnografía analítica” (Wacquant, 2006), tanto de la práctica deportiva, como de las vivencias en la red, resultó particularmente útil para la apropiación en y por la práctica de las percepciones, códigos lingüísticos y éticos, y procesos socioculturales que intervienen en el uso y la significación de las tecnologías por parte de estos deportistas. El experimentar el fenómeno comunicacional desde el punto de vista del actor, permitió al investigador profundizar en los hábitos y las preferencias de consumo de los productos y servicios que los surfistas demandan para el desempeño del deporte y en sus relaciones de interacción.

Nuevas tecnologías y medios digitales

en la práctica del surfing

Si bien los nuevos artefactos tecnológicos y las plataformas de comunicación han tenido un impacto considerable en el deporte de surf en México, es necesario reconocer que no se trata de un fenómeno reciente. Los medios de información siempre han contribuido a promover su práctica y aprendizaje. Por ejemplo, cuando Jack London publicó *El crucero del Snark* en 1911, donde relata su experiencia surfeando durante su primer viaje a Hawái, este pequeño libro se convirtió en el primer medio por el que muchas personas alrededor del mundo conocieron o escucharon hablar por primera vez del surfing. También a finales de la década de 1950 y 1960, las primeras películas, revistas y canciones de surf, jugaron un papel sustancial en su difusión y popularización, sobre todo en Estados Unidos (Warshaw, 2010).

Sin embargo, con la entrada del nuevo milenio y la llegada de la alta tecnología móvil (redes sociales, plataformas, aplicaciones), el deporte ha

tenido una mayor exposición en México, su popularidad ha crecido, y con ello también se han visto modificadas muchas de sus prácticas. Hoy puede verse cómo haciendo uso de los medios digitales y las redes sociales, los propios surfistas son consumidores y productores culturales: graban y comparten videos y fotografías, publican noticias, tutoriales, ofrecen mercancías y paquetes turísticos, ampliando las posibilidades de aprendizaje y acceso al surfing.

A menudo los surfistas adquieren tablas de surf, trajes de neopreno, correas, quillas, nuevas o de segunda mano a precios accesibles, por medio de tiendas en línea o grupos de Facebook (algunos de ellos incluso destinados exclusivamente a la compra-venta de artículos de surf). De igual modo, los negocios pequeños para un mercado local, que se dedican a vender equipo deportivo, playeras, gorras, trajes de baño, protectores solares, encuentran como resultado de la integración que tiene esta cultura deportiva al espacio virtual, un punto de venta efectivo para comercializar sus productos.

Por su parte, antes de que las aplicaciones móviles y las redes sociales se integraran a la vida cotidiana de la gente, el surfing se encontraba al margen del territorio mediático del deporte de espectáculo en México, dominado por el fútbol, basquetbol, fútbol americano. De cierta forma lo sigue estando. Sin embargo, el engarce entre la comunicación móvil e Internet, ha hecho posible que las personas puedan estar conectados al ciberespacio en cualquier momento y en todo lugar, y consumir contenidos mediáticos ya no necesariamente por la radio, la televisión o incluso las computadoras, sino también a través de las pantallas de sus teléfonos celulares. Con esta tecnología los surfistas cuentan con la posibilidad de seguir en tiempo real eventos y competencias internacionales de surfing que no se transmiten por ningún otro medio. Esto en parte también, porque las empresas y corporaciones profesionales de surfing como la *World Surf League* (WSL), la *Association of Surfing Professionals* (ASP) y la *Federación Mexicana de Surfing* (FMS), han logrado incorporar con éxito las redes sociales y tecnologías digitales a las estrategias de difusión de los eventos deportivos.

En este momento, la creciente popularidad y población surfista se debe en buena medida al acceso a equipo deportivo, al consumo de contenidos audiovisuales por Internet y al aumento exponencial de guías de aprendizaje que circulan en la red. Si anteriormente había que comprar videos

y tutoriales nada fáciles de conseguir, con un alto costo de compra, actualmente existen varios portales en línea, como es el caso de YouTube y Vimeo, que almacenan una gran cantidad de videos para la enseñanza del surfing, y que sirven de aliento y motivación para aprender a deslizarse sobre las olas. Por supuesto, esta aparente “democratización del entrenamiento deportivo” depende de las condiciones económicas de los jugadores, de sus posibilidades de acceso a la tecnología, de la compra de equipo y sobre todo de la disponibilidad de tiempo libre para practicarlo. La oportunidad de surfear, de utilizar nuevos accesorios como los teléfonos inteligentes y estar conectados a Internet en todo momento, es exclusiva de las clases medias y altas, que en México es un sector minoritario de la población.

La racionalización

de los tiempos de entrenamiento

El surfing es un juego deportivo que se practica como actividad recreativa o de competencia, que consiste en aprovechar el oleaje del mar como medio de locomoción y deslizarse sobre la cresta de una ola mientras avanza y se desenrolla hacia la playa, utilizando para ello una tabla como instrumento deportivo. Al ser una actividad física de aventura en la naturaleza que requiere de una serie de condiciones medioambientales, no puede ejercitarse en cualquier lugar ni en todo momento. A diferencia de los espacios estandarizados de otros deportes (canchas, gimnasios, pistas), en el caso del surfing, el mar, el viento, las marejadas e incluso la luz natural del “aire libre”, escapan a la manipulación humana.⁶ Por ello, se puede decir que se trata de un deporte anclado a los “tiempos de la naturaleza” y no a los “tiempos del trabajo”, donde muchas veces las condiciones para entrenar son indeterminadas y poco coincidentes con los ratos libres pautados por la jornada laboral.

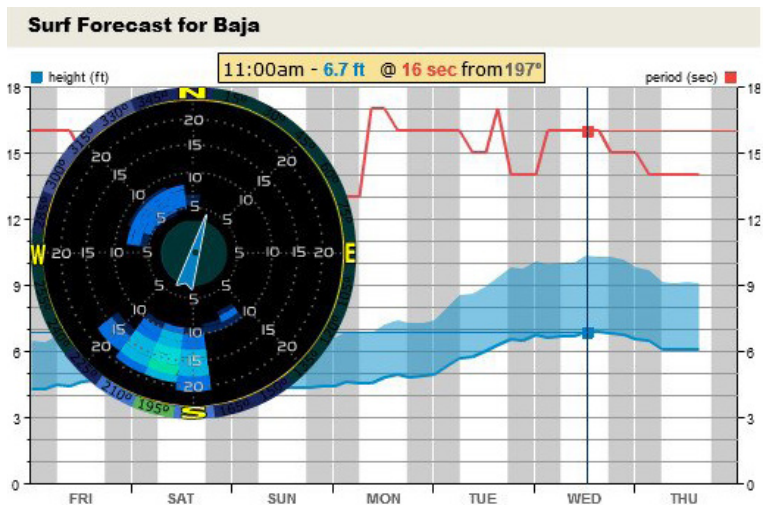
Al no saber si estarán o no las olas esperando ser surfeadas, una de las herramientas tecnológicas que más consumen los surfistas son las herramientas satelitales para la predicción del clima y del oleaje con días y a veces semanas de anticipación (véase la Imagen 1).⁷ Un cambio impor-

6. En Estados Unidos y otros países, comienzan a popularizarse las albercas de olas diseñadas específicamente para la práctica del surf. Esta tecnología ha dado pie a su institucionalización, a convertirse en un deporte federado incorporado a las grandes competiciones (Juegos Olímpicos, Juegos Panamericanos).

7. El sitio de Internet *Surfline*, una de las compañías que ofrecen este servicio y de las más visitadas con cerca de un millón y medio de usuarios mensuales, a mediados de los años

tante en la práctica del surfing tras estos pronósticos de olas ha sido la posibilidad de *racionalizar los tiempos de entrenamiento* por parte de los surfistas. Existe una amplia oferta de páginas de Internet y aplicaciones móviles, gratuitas y de paga, que contienen información sobre las condiciones de las marejadas (tamaño, energía, constancia, altura y dirección), las mareas, la fuerza y dirección del viento, entre otros factores, ofreciendo un pronóstico aproximado de la forma de las olas en distintas playas locales y del resto del país, sin necesidad de trasladarse hasta ellas. Con lo cual, los surfistas ahora tienen la capacidad de planificar sus entrenamientos de forma más calculada y menos espontánea, para aprovechar los tiempos indeterminados de la naturaleza a su conveniencia.

Imagen 1 - Pronóstico de olas compartido en redes sociales



Antes no había manera de checar las mareas, no había forma de poder ver si iba a entrar un *swell*⁸ de olas o cómo iba a estar la marejada. Ahora ya puedes ver si va a estar bueno el día, el viento cómo va a estar, la temperatura del agua, las olas qué tan grandes son, y entonces te limitas en salir de la casa si no hay las condiciones” (Joel, entrevista personal, 2016).

noventa integró a sus pronósticos información sobre las condiciones climáticas de las costas mexicanas.

8. En español puede traducirse como “mar tendido” o “mar de fondo”, y es un término de la jerga *surfer* que hace referencia al oleaje o a las olas que se forman mar adentro, causado por las condiciones atmosféricas (viento, tormentas), y que terminan convirtiéndose en las olas surfeables cuando rompen al llegar a la playa.

El aprovechamiento de estas herramientas satelitales se complementa con los saberes procedentes de la práctica real del deporte. Los conocimientos previos de los surfistas de las condiciones reales de los lugares para surfear, se relacionan con la información que proporcionan los pronósticos del clima, ya que puede haber sitios que funcionan mejor con una determinada orientación de la marejada y altura de ola, con viento o sin viento, con marea alta o marea baja. Se acoplan los datos satelitales con la composición real de las playas. En ese sentido, la apropiación de estas tecnologías para prever el oleaje, al evaluarse y complementarse con la experiencia vivida, en el verdadero lugar de la acción, es una forma de poner a prueba y en práctica el “capital deportivo” que se posee.

Ahora bien, estos instrumentos tienen una suerte de dualidad ambivalente en cuanto a su aceptación y rechazo. Sobre todo, son los surfistas veteranos los que se oponen al uso de los pronósticos de olas y miran con malos ojos su adopción por parte de las generaciones jóvenes. La rapidez de transformación provocada por las tecnologías digitales tal parece conducir a una paradoja, pues al ver de pronto cómo estas herramientas auxiliares modifican su esquema de juego, o amenazan con hacer obsoletas o innecesarias ciertas habilidades, se resisten a integrarlas a su práctica deportiva. Anteriormente, para predecir los tiempos de las olas, se requería utilizar el cuerpo como vector de conocimiento: prestar atención a la posición de la luna, identificar la dirección del viento en las hojas de los árboles, memorizar las condiciones climáticas del año anterior, entre otras. De modo que el uso de estas herramientas satelitales, presuponen una actitud deportiva más calculadora, racional, así como un distanciamiento con respecto a las formas previas de conocer la naturaleza a través del cuerpo.

Otras aplicaciones de celular que utilizan con frecuencia los surfistas, son las que ofrecen información actualizada sobre los índices de contaminación del agua. Es común encontrar en las playas de Tijuana y Rosarito desagües clandestinos y plantas tratadoras rebasadas en su capacidad, que vierten aguas contaminadas al mar. Lo que supone un riesgo en la salud para los deportistas, pues ya sea tragando agua o por el simple contacto con la piel, pueden contraer diferentes enfermedades (diarrea, hepatitis, meningitis). La asociación ambientalista *Proyecto Fronterizo de Educación Ambiental* que monitorea la calidad de las aguas del mar en la zona, publica sus resultados a través de una aplicación móvil de descarga sin costo, *Swim Guide*, utilizada por los surfistas para prevenir daños a su

salud y procurarse una experiencia deportiva satisfactoria. En años anteriores la única manera de interpretar la calidad del agua era a través del cuerpo, agudizando los sentidos para identificarlo en los malos olores, en el color o el sabor del agua. Ahora es habitual que compartan con otros por redes sociales la información que ofrece esta aplicación, misma que aprovechan para planificar su práctica deportiva y también para ejercer presión sobre las autoridades responsables.

Comportamientos

y apegos territoriales

Dado que la formación de olas escapa a la manipulación humana, la concentración de surfistas en un mismo *punto*⁹ siempre conlleva a una disminución en la proporción de olas surfeables para todos. Esta característica hace del surfing un *deporte territorial*, cuya práctica siempre se hace acompañar de apegos, comportamientos y disputas territoriales por el control de las olas, que en la jerga surfista se conoce como “localismo” (Daskalos, 2005; Carrero, 2014). Por consiguiente, podemos decir que los lugares para surfear accionan límites de adscripción/diferenciación y pertenencia/exclusión, y, en tanto espacios apropiados, constituyen un referente de gran valor en la construcción de la identidad deportiva.

A menudo los surfistas llegan a experimentar un afecto especial por su sitio de entrenamiento. Se adjudican una suerte de estatus territorial y simbólico soportado en el tiempo que llevan surfeando el punto, su compromiso con el deporte, su grado de destreza, su sensibilidad ecológica, entre otras virtudes apremiadas y reconocidas por el colectivo. Aun cuando existen varios *puntos* o playas para surfear en los lugares que habitan, los “locales” acostumbran a surfear en esa porción del mar de la que se sienten “originarios”. Cuando en la rompiente se concentra un alto número de surfistas, como sucede con frecuencia en los principales destinos turísticos de surf, sobrevienen localismos o comportamientos territoriales con el propósito de impedir que el entorno natural, así como las sesiones de surfing de los “surfistas locales”, se vea afectados o modificados por el extranjero o turista.

9. Término que utilizan los surfistas para hacer referencia a los lugares específicos donde rompe la ola y es posible practicar el surfing.

Imagen 2 - Meme difundido en redes sociales



Los surfistas hacen uso de las tecnologías y los medios digitales para desplegar dichas prácticas territoriales. Sobre esta cuestión, es importante considerar en el análisis no únicamente lo que se dice y comparte a través de las redes sociales por Internet, sino también lo que no se publica, lo que se mantiene oculto y al margen de las redes. Entre los surfistas es mal visto y se reprocha con dureza publicar los “puntos secretos”, nombre que reciben esas rompientes con atractivas y solitarias olas que sólo unos pocos conocen. Otra práctica territorial observada, es la difusión de “memes” e información falsa para ahuyentar al turista y al surfista aficionado (véase la Imagen 2). La más común son los reportes de olas equívocos que no despiertan ningún atractivo, aunque también se ha visto publicaciones con falsas alertas de tiburón que introducen miedo en los poco asiduos que desconocen el lugar, especialmente en los principales destinos del país donde el “turismo de surf” suele ser recurrente.

Hay puntos secretos que no mucha gente surfea, que no se comentan mucho, ni se publican mucho en Internet, para que se mantenga así, un poco en secreto. El año pasado también hubo algún loco que publicó una alarma de tiburón, pero luego lo ponen en Internet también para espantar a los demás surfistas para que no vayan ¿no? Ahora sí que para asustar al turista (risas) (Saúl, entrevista personal, 2016).

Sin embargo, no todas las playas poseen olas surfeables atractivas o son lo suficientemente concurridas para desatar prácticas y comportamientos territoriales. Por lo tanto, las tecnologías de comunicación y redes sociales por Internet, también son utilizadas para visibilizar un sentido de pertenencia o adscripción a los lugares para surfear. Muchos deportistas suelen compartir a través de sus perfiles de Facebook o Instagram, fotografías de ellos deslizándose sobre las olas o limpiando la playa, pero lo hacen mencionando el lugar donde fue capturada la imagen. Es así como consiguen hacer visible y reforzar ante otros su relación afectiva e identificación con el *punto* del que se sienten pertenecientes. En otras palabras, podemos decir que las redes sociales son utilizadas por los surfistas para publicar contenidos que operan como marcadores territoriales, para poner de manifiesto su apego por el lugar de entrenamiento que, al ser una práctica constante, proporcionan un reconocimiento al interior del grupo, y en ocasiones otorgan cierto estatus y privilegios sobre las olas.

El poder representacional

de las redes sociales

Actualmente las redes sociales operan como instancias mediadoras capaces de ejercer una influencia decisiva sobre hábitos, comportamientos, percepciones, relaciones de amistad, y así sucesivamente (Urresti, 2008; Padilla & Flores, 2011). Éstas son portadoras de un *poder representacional* cuando son utilizadas por personas y colectivos como nichos mediáticos para la construcción, negociación y disputa de significados y etiquetas identitarias. Por medio de texto e imágenes, publican su propia experiencia, hablan sobre sí mismos, y de este modo, crean, desafían o modifican la forma como son percibidos y representados.

En el caso de los surfistas, las plataformas como Facebook o Instagram son aprovechadas para publicar reiteradamente fotografías de sí mismos deslizándose sobre las olas y escenificar en línea su identidad deportiva. En estas imágenes que comparten a través de sus redes sociales, no necesariamente se presentan desplegando una alta performance deportiva o competitiva, sino principalmente connotan el lado recreacional de la actividad. No retratan la estética dominante de las fotografías de los grandes ídolos del deporte, surfear dentro del *tubo*¹⁰ o recorriendo olas gigantes, como pueden verse a menudo en el caso de las revistas de surfing profesional de circulación nacional e internacional.

10. Espacio hueco que forma una ola al impactar la cresta con la base o su parte más baja, justo donde el surfista busca introducirse a bordo de su tabla.

Por su parte, también encuentran en las redes sociales una herramienta para forjar su carrera deportiva. Tanto Facebook como Instagram son sitios utilizados por surfistas profesionales y amateurs para establecer un contacto directo y constante con la audiencia, para promocionarse a sí mismos, a productos y compañías; para compartir su carrera deportiva, su vida privada, y de esta forma elevar su número de seguidores (o mejor dicho, su radio de influencia publicitaria) con el objetivo de conseguir patrocinadores o atraer nuevas oportunidades comerciales.¹¹ Este poder de las redes sociales supone una discontinuidad con respecto al esquema “tradicional” o convencional de profesionalización, centralizado y controlado por una lógica fundamentada en la competición. En cambio, la profesionalización mediatizada no se reduce estrictamente a lo deportivo, sino que integra también el grado de participación y desempeño digital dentro de la red (entiéndase publicaciones, fotografías, *tuits*) que a su vez incorpora lo íntimo, el estilo de vida, inclusive sus preferencias políticas

Imagen 3 - Viaje de surf en grupo. Playas de Tijuana, 2016



11. Por ejemplo, es el caso del surfista profesional Kelly Slater que cuenta con aproximadamente 2.5 millones de seguidores en su sitio de Instagram.

Por su parte, el surfing, por tratarse de una actividad física que implica el despliegue de habilidad y resistencia física, fuerza y atrevimiento, se percibe como un dispositivo para la puesta en práctica de valores asociados a la masculinidad. Esta situación coloca a las surfistas mujeres en una situación desigual con respecto a los hombres al momento de querer surfear una ola. Mientras los *surfos* luchan cuerpo a cuerpo con el mar, las *surfistas* se enfrentan primero con los hombres para demostrar su “hombría” y ganarse un lugar en la *rompiente*.¹² Dicho esto, el poder representacional de las redes sociales también es utilizado por las mujeres para visibilizar su destreza deportiva en el plano virtual, en su búsqueda por adquirir una mayor notoriedad dentro del mar y presentarse a sí mismas como “auténticas” surfistas, capaces, atrevidas, y obtener así en esta cultura deportiva machista, el reconocimiento de los hombres. Por lo tanto, las nuevas tecnologías de comunicación son para estas mujeres un vehículo para contrarrestar su poca presencia dentro de los medios de difusión tradicionales, así como también, para animar o invitar a otras a practicar el deporte.

Por otra parte, actualmente las tecnologías y medios digitales ofrecen un espacio inédito para negociar y resignificar la forma como están siendo representados en la esfera pública. En el contexto de Tijuana, el surf es un deporte que carga con estereotipos. Varios surfistas consideran que la demás gente los mira como desalineados, poco trabajadores, vagos, mariguanos, imágenes que se han anclado en la sociedad a través del cine y la televisión. Entonces, los surfistas utilizan las redes sociales para promulgar sobre todo una conciencia ambiental y una forma de vida ecológicamente sensible, y de este modo forjar una apreciación distinta de la que normalmente se tiene de ellos. Para mencionar un ejemplo, la comunidad de Facebook “Surfviviendo” (que concentra poco más de 16 mil seguidores) con base en Tijuana, constantemente está difundiendo imágenes y videos donde se muestran casos de pesca ilegal, violencia contra animales del mar, contaminación de las playas, con lo cual cumple un rol importante en la educación y sensibilidad ambiental vinculada con la cultura del surf. En las redes sociales, publican fotografías de concentración de basura y desagües en la zona, convocan a participar en limpiezas de playa, comparten imágenes de sus actividades como activistas, etc., y es a partir de esta producción de contenido mediático que los surfistas son capaces de proyectar una imagen que corresponda con las percepciones que ellos construyen de sí mismos.

12. Se le llama *Line up* o rompiente, a la zona dentro del mar donde las olas empiezan a romper, o mejor dicho, donde se forma la sección de la ola que trueno primero al momento de girar y caer por su propio peso.

Las comunidades

en línea

El hecho de que los surfistas puedan planificar su tiempo de práctica utilizando estas herramientas satelitales, pensar estratégicamente a qué hora y dónde surfear, ha tenido como consecuencia un recorte en los tiempos y espacios de sociabilidad. Esto es, porque los surfistas al tener un pronóstico no asisten a la playa sin saber de antemano si el oleaje será atractivo, o bien, en concordancia con sus habilidades físicas. Dicho esto, después del mar, el otro punto de encuentro donde ocurre una interacción importante es en el ciberespacio, particularmente en las redes sociales y grupos de WhatsApp. Existen cuando menos ocho grupos de Facebook vinculados con la cultura del surf en Tijuana, tanto públicos como privados, algunos de uso exclusivo para la compra-venta de equipo deportivo, otros creados con el propósito de compartir reportes de olas, fotografías, noticias y videos de surf locales, nacionales e internacionales.

De todas las páginas visitadas por los surfistas, destaca el caso del grupo de Facebook llamado “Barditas Boys” (véase la Imagen 4) por ser uno de los más utilizados y el que concentra el mayor número de miembros (en total 599). Esta comunidad en línea cumple una función importante entre los surfistas porque les permite ampliar su red de contactos personales y facilita la interacción entre sus miembros, siguiendo una serie de códigos y protocolos.¹³ Creada por los mismos surfistas en octubre de 2014, el objetivo del grupo es el aprovechamiento de la información y la interacción *online* en el plano *offline*; es decir, la participación dentro del grupo adquiere sentido siempre y cuando se puedan ejercer sus beneficios al momento de la práctica deportiva. Del mismo modo que el uso de herramientas satelitales permite predecir el oleaje, las razones que en un principio motivaron la creación de esta comunidad en Internet y para lo que es con frecuencia consultada, es para predecir el “ambiente social” en el mar, es decir, para organizarse con otros surfistas y procurarse una sesión de surf colectiva.

13. Durante el trabajo de campo, la consulta de este grupo en línea resultó ser un gran apoyo para conocer e interactuar con los surfistas, y también para identificar cuándo era un buen momento para asistir a la playa, encontrarme con otros y observar el desarrollo de la práctica deportiva.

Imagen 4 - Imagen de portada del grupo de Facebook “Barditas Boys”



Ese día llegamos y dijimos: “hay que hacer una página para cuando estén buenas las olas y haya chanza de ir al sur, nos comunicamos y vamos”, y pues así salió. Ahorita es una página de referencia bien interesante porque si alguien quiere surfear, quiere saber cómo están las olas, van y consultan ‘Barditas Boys’. Eso está bien *cool* porque entras y lees: “están bien buenas las olas”, “en Playas de Tijuana no sirve, hay que ir al sur”, “la marea está arriba” o lo que sea, y al enterarte tienes una buena oportunidad de tener una sesión de surf. Y al ser esto constante son formas que te llevan a conocer a una persona y entre eso pues los lazos más fuertes que se puedan ir dando (Maui, entrevista personal, 2016).

Para los que comienzan a practicar este deporte, que no poseen aún un conocimiento detallado del mar y en consecuencia se sienten más seguros surfear en compañía de otros, por el contenido y la información que circulan dentro del grupo, lo convierte en un sitio guía para el aprendizaje. Se puede decir que esta comunidad de usuarios funciona como una instancia de mediación de la actividad deportiva debido a que, a través de este medio de comunicación, los surfistas se organizan en pequeños grupos para ir a surfear. También se manifiestan prácticas solidarias como la compra-venta de equipo deportivo a precios accesibles y compartir con otros usuarios el pronóstico de olas, ya sea revisando el contenido de sus aplicaciones móviles, o bien, publicando videos y fotografías de las olas en tiempo real con sus teléfonos celulares, con lo cual incentivan a otros a surfear. La participación en redes sociales pone de manifiesto la identidad deportiva,

pues las interacciones en línea buscan complementarse con relaciones y acciones fuera de Internet, específicamente, en el mar.

Por su parte, otro aspecto que pone de manifiesto la interacción social y el proceso de construcción comunitaria por Internet, son las publicaciones de ciertas medidas de seguridad para prevenir accidentes y protegerse entre ellos. Son habituales en estos grupos, por ejemplo, los avisos acerca de los robos que seguido afectan a los surfistas y que motivan reacciones de solidaridad entre ellos, así como también, las advertencias y recomendaciones cuando los niveles de contaminación del mar son altos. Lo anterior afirma los valores de la reciprocidad y el intercambio de información actualizada, como premisa de pertenencia a esta cibercomunidad surfista.

A lo mejor no es físicamente la reunión. La idea principal de ese grupo de “Bardita” es para compartir fotos y reportes de olas. Haz de cuenta que digo: “ah pues yo surfeé tal día, en tal parte, estuvo así”, y lo compartes ahí en ese grupo. Entonces, todos “ah ¿qué tal estuvo?”, y no queriendo se hace una comunidad de compartir anécdotas y lugares que surfeaste. Y son detalles que no queriendo, externamente es un grupo cerrado (Barbas, entrevista personal, 2016).

Como se puede apreciar en la cita anterior, existe un establecimiento de barreras o demarcaciones culturales para acceder en estos grupos de comunicación. En el caso de los *surfos*, uno de los “requisitos de membresía” para pertenecer al grupo de Facebook, es adquirir previamente una reputación como verdadero surfista dentro del mar, lo cual deja ver la conexión de ambos mundos, el *real* y el *virtual*. Esto tiene que ver con la apropiación y significación de las redes sociales, no consideradas por ellos como una herramienta para establecer contactos, sino más bien para facilitar la sociabilidad entre quienes ya se conocen previamente del mar. Inclusive, cuando uno es admitido en la comunidad virtual y aún no se le reconoce como un “auténtico” surfista, se impone una especie de barrera de comunicación entre el neófito y los demás miembros, es decir, nadie atiende o se interesa por sus preguntas o comentarios. La “tecnosocialidad” de los surfistas se caracteriza, entonces, por buscar aprovechar los beneficios de Internet en sus prácticas deportivas, y como tal, los vínculos únicamente virtuales resultan de poco interés. Si la identidad tiene que pasar por el reconocimiento de los demás en contextos de interacción y comunicación, las comunidades en línea son escenarios para el reforzamiento de la adscripción surfer, en las que la participación y el reconocimiento en el mundo real, se convierte también en una reputación al interior del mundo virtual. En ese sentido, estas comunidades por Internet, representan un escenario real para reiterar la afiliación identitaria en uno mismo y con el grupo.

Otra práctica colectiva de los *surfos* que forma parte de sus referentes de adscripción identitaria es el viaje de surf (véase la Imagen 3). Estos viajes implican un traslado hacia otros puntos surfeables al sur de la ciudad, para estar más en contacto con la naturaleza (salir del contexto urbano de Playas de Tijuana) y “cazar olas” más consistentes y con una mejor forma. Lo cual, Baja California, con sus aproximadamente 700 kilómetros de costa de lado del Océano Pacífico, resulta ser un escenario idóneo para ello. También se movilizan para “cazar la ola” cuando conocen mediante los pronósticos de ola que en una playa determinada estarán las condiciones que formarán una ola atractiva que no quieren desaprovechar. El viaje de surf constituye un elemento activador de las relaciones sociales. Principalmente, porque como varios de ellos aseguran, cuando viajan a cualquier punto al sur de Playas de Tijuana, resulta más económico distribuir de manera colectiva los gastos mínimos que se tienen que cubrir, que son la gasolina para el coche y el peaje de ida y vuelta de la carretera. De ahí que, en las redes sociales en línea sea muy común encontrarse con invitaciones para ir a surfear a otros *puntos* de la región, especialmente los fines de semana, con el propósito de surfear, pero también de relacionarse, solidarizarse y compartir experiencias excepcionales que fortalezcan los lazos de amistad entre ellos, creando así un sentimiento de colectividad.

Conclusiones

A lo largo de texto se ha evidenciado la interrelación entre las nuevas tecnologías de comunicación y el deporte. Si bien aquí se profundiza en los usos, significados y efectos en las prácticas deportivas, en el *hacer* deporte, sus efectos también se dejan sentir en el deporte de espectáculo. El consumo y la apropiación de las herramientas tecnológicas no es igual en todos los deportes, depende de la dinámica de juego y los contextos sociales y culturales en los cuales se practica. Del amplio espectro de deportes hoy conocidos, los aficionados a los llamados deportes de aventura o “extremos”, han incorporado las nuevas tecnologías a sus prácticas deportivas. Particularmente las redes sociales y aplicaciones móviles, para seguir de cerca el estilo de vida de los profesionales, mirar competencias, comprar equipo deportivo, para comunicarse y organizarse con sus pares de los colectivos a las que pertenecen.

El ciberespacio, como lo deja ver la actividad en línea de los surfistas, es un espacio donde se forja una cibercultura. Dentro de este campo de acción virtual, los deportistas construyen códigos y determinadas formas de interactuar en función de sus intereses y dinámicas de entrenamiento, los

cuales los identifican y diferencian respecto de otros usuarios de la red. Las comunidades surfistas en Internet son reconocidas por sus miembros por los marcadores (usos, valores, sentidos, etc.) compartidos que caracterizan su interacción virtual. El sentido de pertenencia y adscripción a una cibercomunidad, se soporta en una “comunicación sincera”; lo cual significa que, éstas existen no sólo porque sus miembros tengan intereses u objetivos similares, sino también porque dichos objetivos se persiguen a través de un proceso comunicativo mediante el cual todas las comunidades establecen sus fronteras y distinciones.

Después de examinarse los modos de apropiación de las tecnologías digitales e Internet en la práctica del surfing, se concluye que sus efectos en la práctica del deporte se experimentan significativamente en los tiempos y espacios de entrenamiento. Los tiempos para surfear son ahora monitoreados y pautados por una serie de aplicaciones móviles que ofrecen un pronóstico anticipado del oleaje y las condiciones sanitarias de las aguas del mar. Lo mismo ocurre con la organización del espacio. El sentido de pertenencia y las reacciones territoriales o “localismos” que caracterizan a este deporte, se manifiestan en el espacio físico, en las playas y las rompientes de ola, pero también en el ciberespacio. Las redes sociales han cobrado una relevancia significativa para escenificar la identidad territorial, y para desplegar prácticas de apropiación y/o delimitación real y/o simbólica de los lugares para surfear.

Con respecto a la identidad deportiva y las formas de agrupamiento, los surfistas hacen uso del poder representacional de las redes sociales para fortalecer vínculos y sentidos de pertenencia, para negociar y desafiar las imágenes y representaciones que la sociedad tiene del surf y de quienes lo practican. Los grupos en Internet y herramientas de mensajería instantánea intensifican la comunicación, amplían la red de contactos personales y proporcionan un espacio no físico para el encuentro con otros con quienes comparten gustos y afinidades. Mediante el uso de ellas los surfistas organizan viajes de surf a otras playas, comparten reportes de olas, fotografías, venden equipo deportivo, anuncian competencias y eventos de surf, alertan cuando hay robos, o cuando hay altos niveles de contaminación del mar. Esto, bajo un esquema de comunicación basado en la reciprocidad y la participación de sus integrantes, que al mismo tiempo refuerza la identidad deportiva individual como colectiva.

En el caso de los surfistas, las formas de apropiación de Internet y las tecnologías digitales, resultan significativas cuando pueden ser capitalizadas en beneficios para el desempeño real de la actividad deportiva. Cuando el aprovechamiento no se materializa, pierden sentido los grupos de amistad exclusivamente virtuales. En esta *cibercultura deportiva*, se puede decir que lo local siempre permanece, la virtualidad se conecta con la vida real, con una ubicación particular, con las vivencias deportivas en el plano *offline*. Por consiguiente, lo real y lo virtual no se experimentan en el deporte como mundos separados, como sí podría ser el caso de otras cibercomunidades.

Un aspecto no menos importante que resulta del acoplamiento entre las nuevas tecnologías y el deporte, es la reconfiguración de las disciplinas deportivas y su ubicación en el mundo social. Las transmisiones en vivo por Internet, videos en YouTube, grupos de Facebook, Instagram, han reducido las brechas de acceso a ciertos deportes, tanto en la práctica, como en el consumo mediatizado. Cada día es más popular el surfing y otros deportes en México, en tanto las plataformas para el consumo de espectáculos deportivos se han venido diversificando y descentralizando respecto de las principales televisoras del país. De igual modo, con la emergencia de las aplicaciones móviles, aspectos de la actividad deportiva se hacen mucho más calculables y gobernables. Lo podemos observar en las *apps* que establecen rutinas de ejercicio, dietas de alimentación, etc. El acoplamiento tecnología-deporte trae consigo una mayor monitorización de la actividad física y los territorios de juego, lo que supone un mayor control sobre los tiempos, espacios y los cuerpos de los deportistas. Sin duda, los cambios y las problemáticas en los diferentes ámbitos deportivos, producto de estas nuevas herramientas de comunicación, son algunos de los temas que habrá de investigar en los años por venir.

Bibliografía

- Alabarces, P. (1998). ¿De qué hablamos cuando hablamos de deporte?, en: *Nueva Sociedad*, Núm. 154, 74-86.
- Alonso, G., & Ávalos, J. M. (2013). “La investigación del fútbol y sus nexos con los estudios de la comunicación. Aproximaciones y ejemplos”, en: *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época, Núm. 20, 33-64.
- Alonso, G. (2014). *En busca de la poesía del fútbol: una aproximación a su genealogía, rasgos culturales y sentido*. Tijuana: El Colef.
- Carrero, C. (Comp.). (2014). *Gremos, locales, boyz y girlz: sociología del surfing en Rincón*. Puerto Rico: CIES.
- Castells, M. (2002). *La era de la información. Volumen 1. La sociedad red*. México: Siglo XXI.
- Daskalos, C. (2005). Locals Only!: the Impact of Modernity on a Local Surfing Context. *Sociological Perspectives*, 50 (1), 155-173.
- Eichberg, H. (1998). *Body Cultures: Essays on Sport, Space and Identity*. London: Routledge.
- Elias, N., & Dunning, E. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. Madrid: FCE.
- Estrada, J. (2016). *Cazando las olas: cultura e identidad de los surfistas en Tijuana* (Tesis de maestría). El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana.
- García Canclini, N., Cruces, F., & Urteaga, M. (2012). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Barcelona: Ariel.
- Giddens, A. (1995). *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península.
- Gilchrist, P., & Wheaton, B. (2013). “New Media Technologies in Lifestyle Sport”, en: D. Rowe & B. Hutchins (Eds.), *Digital Media Sport: Technology, Power and Culture in the Network Society*. New York: Routledge, 169-185.
- Gómez, E. (2002). “Hacia la construcción de una metodología para el estudio de las comunidades virtuales”, en: *Versión*, Núm. 12, 61-78.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Kruse, H. (2010). “Local Identity and Independent m_jMusic Scenes, Online and Off”, en: *Popular Music and Society*, 33(5), 625-639.
- Levy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al consejo de Europa*. México: Anthropos/UAM.
- Leyden, J. (2013). “Parkour, cuerpos que trazan heterotopías urbanas”, en: *Revista Colombiana de Antropología*, 49(2), julio-diciembre, 41-61.
- Macnaghten, P., & Urry, J. (Eds.) (2001). “Bodies of Nature: Introduction”, en: *Bodies of Nature*. London: Sage, 1-11.
- Padilla, M. R., & Flores, D. (2011). “El estudio de las prácticas políticas de los jóvenes en Internet”, en: *Comunicación y Sociedad*, Nueva época, Núm. 15, 101-122.
- Reguillo, R. (2017). *Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. Barcelona: NED.

- Sánchez, R. (2003). “Los usos sociales del riesgo: el deporte de aventura como configurador de una ética de la contingencia”, en: F. Medina & R. Sánchez (Eds.). *Culturas en juego: ensayos de antropología del deporte en España*. Barcelona: Icaria, 251-272.
- Serres, M. (2013). *Pulgarcita*. México: FCE.
- Thorpe, H. (2017). “Action Sports, Social Media and New Technologies: Toward a Research Agenda”, en: *Communications & Sport*, 5 (5), 554-578.
- Turpo, O. (2008). “La Netnografía: un método de investigación en Internet”, en: *Educación*, Núm. 42, 81-93.
- Urresti, M. (Ed.). (2008). “Ciberculturas juveniles: vida cotidiana, subjetividad y pertenencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información”, en: *Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era del Internet*. Buenos Aires: La Crujía, 13-66.
- Wacquant, L. (2006). *Entre las cuerdas: cuadernos de un aprendiz de boxeador*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Warshaw, M. (2010). *The History of Surfing*. San Francisco: Chronicle Books.
- Wilson, B., & Atkinson, M. (2005). “Rave and the Straightedge, the Virtual and the Real: Exploring Online and Offline Experiences in Canadian Youth Subcultures”, en: *Youth & Society*, 36 (3), 276-311.
- Wheaton, B. (Ed.). (2004). “Introduction: Mapping the Lifestyle Sport-Scape”, en: *Understanding Lifestyle Sports: Consumption, Identity and Difference*. London: Routledge, 1-28.
- Williams, R. (2000). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península.

Entrevistas personales en Tijuana, B. C.

Barbas, 24 de febrero 2016.

Joel, 19 de enero 2016.

Maui, 19 de enero 2016.

Saúl, 20 de marzo 2016.



Recibido: 25 de julio de 2019 Aprobado: 25 de septiembre de 2019