

SURF RANCH E AS PISCINAS DE ONDAS. O SURFE MODERNO TAMBÉM ESTÁ PASSANDO POR UM PROCESSO DE “ARENIZAÇÃO”?

André Tavares¹

Resumo: O crescente lançamento de piscinas com novas tecnologias para a geração de ondas próprias para o surfe está movimentando o cenário do esporte. A possibilidade da realização de algumas etapas do circuito mundial e até mesmo das provas das Olimpíadas nestas piscinas, assim como a cobrança de ingressos para se assistir ao espetáculo esportivo e a utilização de tais instalações para atrair sócios e compradores para clubes, resorts e condomínios, trouxeram à tona questões como o processo de mediatização, mercantilização e uma possível “arenização” do surfe. Diante desta perspectiva, este artigo tem o objetivo de discorrer sobre tais questões a respeito do surgimento dessas piscinas no Brasil e no Mundo.

Palavras-chave: surfe, consumo, mediatização, piscinas de ondas, arenas.

Surf Ranch and the wave pools. Is modern surfing also going through a process of "arenization"?

Abstract: The growing launch of pools with new technologies to generate waves suitable for surfing is moving the sport scene. The possibility of realization of some of the world circuit's events and even the Olympic Games in these pools, as well as the tickets sell to watch the sporting spectacle and the use of such facilities to attract members and buyers to clubs, resorts and condominiums, brought up issues such as the process of mediatization, commercialization and a possible “arenization” of surfing. Given this perspective, this article aims to discuss such issues regarding the emergence of these pools in Brazil and in the world.

Keywords: surf, consumption, mediatization, wave pools, arenas.

¹ Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ, e-mail:andretavares@gmail.com

Introdução

A primeira realização de uma etapa do circuito mundial na *Surf Ranch*, piscina de ondas desenvolvida pelo onze vezes campeão mundial, Kelly Slater, em 2018, movimentou o mercado e as opiniões no mundo do surfe. As ondas artificiais não surgiram agora. Em 1985, os melhores surfistas do mundo participaram de um torneio em um parque aquático de Allentown, na Pensilvânia (EUA) e na década de 1990, piscinas de ondas artificiais receberam alguns campeonatos, um deles vencido justamente por Kelly Slater, na Disney, enquanto outros eventos movimentaram a cidade de Miyazaki, no Japão, onde estava a *Ocean Dome*, considerada a melhor piscina de ondas da época². O problema é que naquela época as tecnologias ainda não geravam ondas tão interessantes a ponto de competir com as ondas do mar. O que fez a Kelly Slater Wave Company convencer a World Surf League (WSL) a realizar um campeonato na piscina foi a capacidade de gerar “a primeira onda fabricada pelo homem com a força e a forma de uma onda oceânica.”³

De acordo com o site Wavepoolmag, existem hoje mais de 95 projetos de piscinas de ondas em andamento no mundo⁴, porém, segundo informações de abril de 2020, existiriam quinze piscinas com acesso à prática de surfe em funcionamento e pelo menos mais oito em construção⁵. Sendo que seis empresas são as maiores dessa indústria: Surf Loch, Wavegarden, Okahina, Surf Lakes, Kelly Slater Wave Company e a American Wave⁶.

As tecnologias atuais prometem revolucionar o esporte por conta das novas possibilidades ligadas ao desenvolvimento de atletas, como o treinamento de alta performance, mas principalmente por gerar novas

² Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/surfe/ultimas-noticias/2018/09/06/de-olho-em-olimpiada-piscinao-de-kelly-slater-inicia-nova-era-do-surfe.htm>>. Acesso em 10 jan. 2021

³ Disponível em: <<https://www.redbull.com/br-pt/8-melhores-ondas-artificiais-do-mundo>>. Acesso em 16 jan. 2021

⁴ Disponível em: <<https://wavepoolmag.com/surf-planner-update-the-worlds-latest-wave-pools/>>. Acesso em 16 jan. 2021

⁵ Disponível em: <<https://surfzine.com/wavepool-globo/>>. Acesso em 16 jan. 2021

⁶ De acordo com nossa apuração, apesar das empresas contarem com diversos atletas de esportes com prancha como embaixadores, apenas a Kelly Slater Wave Company tem um surfista profissional como sócio. Disponível em: <<https://surfzine.com/wavepool-globo/>>. Acesso em 16 jan. 2021

oportunidades comerciais como a criação de condomínios e resorts em locais longe do litoral, venda de direitos de transmissão dos campeonatos que se adequem melhor à programação televisiva, minimizando as dificuldades enfrentadas nos campeonatos realizados no mar (imprevisibilidade da natureza e falta de infraestrutura em determinados locais), aumento da audiência e o alcance de novos públicos. Um novo leque de atividades que provavelmente tornarão o esporte ainda mais midiático e passível de gerar mais lucros⁷.

Dentro desse cenário de crescimento, este artigo tem o objetivo de lançar um olhar crítico sobre as diferentes opiniões a respeito da primeira etapa do campeonato mundial de surfe realizada em uma piscina de ondas, em 2018⁸, e sobre o processo de racionalização, mercantilização e possível “arenização^{9 10}” do esporte.

Tecnologia a favor do esporte?

Desde as primeiras impressões dos europeus sobre o surfe, de acordo com os relatórios dos membros da visita do capitão Cook ao Havaí em 1778/79 (BEAGLEHOLE 1967 em Finney e Houston 1996 *apud* FORD e BROWN, 2006, [s.i]) até hoje, o esporte se popularizou e se espalhou pelo mundo. Durante esse período, a aura de prática cultural e religiosa ligada à realeza dos povos que habitavam o arquipélago (LORCH, 1980, p. 2 e 3) vem passando por um processo de dessacralização e racionalização, assim como a maior parte dos esportes modernos.

⁷ Segundo estimativas do Instituto Brasileiro de Surfe (Ibrasurfe), no Brasil, o esporte movimentava R\$ 7 bilhões ao ano em roupas, pranchas e acessórios, e tem por volta de 3 milhões de praticantes. Disponível em: <<https://forbes.com.br/principal/2019/09/conheca-as-cifras-que-vem-em-ondas/>>. Acesso em 24 fev. 2021

⁸ Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/surfe/ultimas-noticias/2018/09/06/de-olho-em-olimpiada-piscinao-de-kelly-slater-inicia-nova-era-do-surfe.htm>>. Acesso em 10 jan. 2021

⁹ Segundo Irlan Simões Santos, o processo que chamamos de “arenização”, corresponde a uma nova etapa da *football commodification*, ou “mercantilização do futebol”, no contexto brasileiro pós-Copa. (SANTOS, 2016, p. 2).

¹⁰ Segundo Irlan Simões Santos, o processo que chamamos de “arenização”, corresponde a uma nova etapa da *football commodification*, ou “mercantilização do futebol”, no contexto brasileiro pós-Copa. (SANTOS, 2016, p. 2).

Segundo Ronaldo George Helal (1990), uma das características do esporte moderno é a sua tendência em transformar qualquer atividade atlética em algo que possa ser medido e quantificado (HELAL, 1990, p.46):

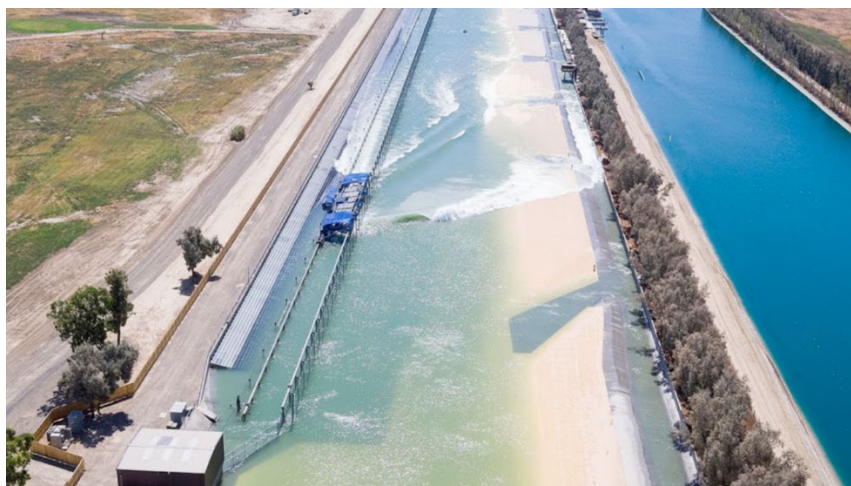
Quantifica-se, então, para poder medir, comparar, controlar, “progredir” e fazer previsões. Numa palavra: quantifica-se para tornar a competição um evento racional, passível de estudos, comparações e “melhorias”. Ao contrário da reflexão feita pela sociologia do esporte, que questiona quanto a quantificação tende a menosprezar elementos qualitativos fundamentais à estética do esporte. (HELAL, 1990, p. 49).

Neste contexto, o primeiro campeonato mundial realizado em ondas artificiais, o *Surf Ranch Pro*¹¹, pode ser um marco importante no processo de aceleração da modernização, midiaticização e mercantilização do esporte. A etapa, que aconteceu entre os dias 6 e 9 de setembro de 2018, no *Surf Ranch*, na cidade californiana de Leemore, a 200 quilômetros de distância do litoral norte-americano, teve uma final com os brasileiros Gabriel Medina e Filipe Toledo. Na ocasião, Medina foi campeão. A tecnologia idealizada por Kelly Slater e por Adam Fincham, engenheiro mecânico, especializado em mecânica de fluidos na Universidade do Sul da Califórnia (USC), demorou nove anos para se tornar uma realidade¹². Com 700 metros de comprimento por 150 metros de largura, a piscina conta com um sistema chamado “hydrofoil”. É uma lâmina de metal, instalada em uma das laterais, que vai e volta toda a extensão do lago impulsionada por um sistema de trilhos (cabos de aço e mais de 150 pneus de caminhão), gerando a onda. Bancos de areia e recifes artificiais ajudam na hidrodinâmica para a recriação do fenômeno natural¹³.

¹¹ Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/surfe/ultimas-noticias/2018/09/06/de-olho-em-olimpiada-piscinao-de-kelly-slater-inicia-nova-era-do-surfe.htm>>. Acesso em 10 jan. 2021

¹² Disponível em: <<https://www.manasurf.com.br/post/piscina-de-ondas-do-kelly-slater>>. Acesso em 10 jan. 2021

¹³ Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/surfe/ultimas-noticias/2018/09/06/de-olho-em-olimpiada-piscinao-de-kelly-slater-inicia-nova-era-do-surfe.htm>>. Acesso em 10 jan. 2021



Fonte: Disponível em: < <https://revistatrip.uol.com.br/trip/pegar-uma-onda-perfeita-no-surf-ranch-de-kelly-slater-pode-custar-ate-15-mil-reais>>. Acesso em: 28 fev. 2021

“A formação de uma onda pode durar até 50 segundos, com estabilidade de altura e formação. Em situações naturais, os surfistas muitas vezes não chegam a ficar 10 segundos em cima da prancha”¹⁴. No entanto, o mecanismo, que pode gerar ondas em lugares onde não existiriam por meios naturais e que foi comemorado pelos surfistas do *Tour* mundial¹⁵, trouxe à tona o temor de que ela desfigure o esporte e o torne artificial demais. Uma contradição ao espírito do surfe, de harmonia entre o homem e o mar.

Outra tecnologia que já está em funcionamento e promete acirrar a corrida de lançamento de novos “*surf parks*” é a *Surf Lakes*, que fica na cidade de Yeppoon, em Queensland, Austrália. Ela consiste em um enorme disco de 1.400 toneladas que sobe e depois despenca sobre um lago a cada seis segundos formando ondas perfeitas em toda sua extensão. Segundo o site do parque, “é a maior inovação entre as inovações dos parques de surfe”¹⁶.

¹⁴ Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/surfe/ultimas-noticias/2018/09/06/de-olho-em-olimpiada-piscinao-de-kelly-slater-inicia-nova-era-do-surfe.htm>>. Acesso em 10 jan. 2021

¹⁵ “É a onda dos sonhos” (Gabriel Medina), “É um sonho. É incrível ver o que o homem está fazendo com a tecnologia e criando as próprias ondas.” (Bethany Hamilton). Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/surfe/ultimas-noticias/2018/09/06/de-olho-em-olimpiada-piscinao-de-kelly-slater-inicia-nova-era-do-surfe.htm>>. Acesso em 10 jan. 2021

¹⁶ Tradução nossa: “The biggest break in surf park innovation”. Disponível em: <<https://www.surf-lakes.com.au/>>. Acesso em 24 fev. 2021



Fonte: Disponível em: < <https://stabmag.com/news/watch-occy-tests-surf-lakes-full-size-wavepool-in-yeppoon/>>. Acesso em: 28 fev. 2021

De acordo com Ford e Brown (2006), há uma tensão que permeia a cultura do surfe, principalmente em torno do “*soul surf*” e as tendências comerciais e de competição: “a primeira associada a uma narrativa declinante e o surfe contra cultural como perspectiva de estilo de vida, e a última, dentro de uma narrativa progressiva a um *ethos* olímpico de esportivização do surf” (FORD e BROWN, 2006, [s.i]). Essa discussão já existia dentro do esporte, mas parece ter se intensificado ainda mais com a chegada das novas piscinas de ondas artificiais. Stu Nettle, editor do site Swellnet e crítico das piscinas, escreveu sobre a estreia da Surf Ranch: “A espontaneidade é fundamental, fornece tensão, incentiva a improvisação.¹⁷” E foi adiante: “Sem previsão, sem checagem de surfe, sem séries, sem sorte, sem grande tensão e nenhuma vantagem nativa ganha por passar incontáveis horas no oceano. Nem para o surfista, nem para os comentaristas da Internet.¹⁸”

¹⁷ Tradução nossa: “Spontaneity is key, it provides tension, encourages improvisation.” Disponível em: < <https://www.swellnet.com/news/surfpolitik/2018/05/07/last-splash>>. Acesso em 14 jan. 2021

¹⁸ Tradução nossa: “No forecast, no surf check, no sets, no luck, no gripping tension, and no native advantage gained from spending countless hours in the ocean. Not for the surfer, not for the internet commenters.” Acesso em 10 jan. 2021

Para a World Surf League (WSL), que se tornou sócia da *Surf Ranch* em 2016¹⁹, a piscina de ondas é uma importante aposta para tornar a primeira liga do surfe mundial lucrativa, como afirmou sua atual CEO, Sophie Goldschmidt em uma entrevista à revista Forbes:

Tivemos o primeiro evento do tipo no ano passado e teremos outro em 2019. É importante entender as possibilidades que isso traz para a mídia e os patrocinadores. O oceano nunca foi tão importante, mas agora usamos a tecnologia de forma complementar.²⁰

Essa forma complementar indica alguns interesses da liga, entre eles transformar a piscina no principal palco das Olimpíadas²¹, facilitar a transmissão televisiva do esporte, que sempre teve dificuldades de entrar nas grades de programação por conta da imprevisibilidade da natureza, e a venda de ingressos. O autor Rafael Fortes (2011), uma das principais referências dos estudos sobre o surfe no Brasil, salienta que a inclusão do surfe nas Olimpíadas reacendeu o debate em torno da profissionalização do surfe e de sua adesão a formatos altamente esportivizados, comerciais e midiáticos. Nesse sentido, ele enumera os desafios de se televisionar e transmitir o esporte. Entre eles: a escassez de infraestrutura tecnológica em lugares remotos, o caráter impreciso das condições climáticas (qualidade das ondas, que podem impedir a realização da etapa; neblina, que pode dificultar que os juízes enxerguem e julguem os atletas) e a imprevisibilidade de incidentes, como casos envolvendo tubarões²² (FORTES, 2020, p. 63).

¹⁹ Disponível em: < <https://www.uol.com.br/esporte/surfe/ultimas-noticias/2018/09/06/de-olho-em-olimpiada-piscinao-de-kelly-slater-inicia-nova-era-do-surfe.htm>>. Acesso em 14 jan. 2021

²⁰ Disponível em: < <https://forbes.com.br/principal/2019/09/conheca-as-cifras-que-vem-em-ondas/>>. Acesso em 14 jan. 2021

²¹ Após meses de indefinições, a organização dos próximos Jogos descartou o modo artificial por questões logísticas e confirmou a disputa em Chiba, litoral que fica a 60 quilômetros de Tóquio, mesmo com os riscos climáticos de possíveis atrasos e adiamento de baterias.

Porém, a piscina é uma possibilidade real para a Olimpíada de Paris, em 2024. Disponível em: < <https://www.uol.com.br/esporte/surfe/ultimas-noticias/2018/09/06/de-olho-em-olimpiada-piscinao-de-kelly-slater-inicia-nova-era-do-surfe.htm>>. Acesso em 14 jan. 2021

²² “Após ataque de tubarão, WSL anuncia que feminino mudará de local no Havaí; Pipe é uma opção”. Disponível em: < <https://globoesporte.globo.com/radicais/surfe/mundial-de-surfe/noticia/apos-ataque-de-tubarao-wsl-anuncia-que-feminino-mudara-de-local-no-havai-pipe-e-uma-opcao.ghtml>>. Acesso em 14 jan. 2021

Dessa forma, o formato previsível da disputa nas piscinas se encaixaria perfeitamente às demandas da televisão. De acordo com os critérios da primeira etapa do mundial nesse cenário, cada atleta tinha três chances de surfar uma onda para esquerda e outra para direita, e em vez de um contra um, como na maior parte dos eventos no mar, os atletas caíram na água sozinhos e com hora marcada²³. Outra novidade explorada pela WSL foi a venda de ingressos, que variaram de 99 dólares (direito a assistir a um dia de evento) a 30 mil dólares (direito a assistir todos os dias do evento em um camarote para dez pessoas, com comida e bebida inclusas)²⁴.

Todas essas inovações dão indícios de que a “nova era do surfe”, que produz ondas perfeitas para o desenvolvimento da performance dos atletas, também irá inaugurar um processo de arenização no esporte, que talvez possa culminar em manifestações mais contundentes de negação ao “surfe moderno”, assim como o futebol, guardadas as diferenças entre ambos, vem passando. Irlan Simões Santos (2018), em um artigo sobre a democracia torcedora, afirma que as novas arenas criadas para os megaeventos ocorridos no Brasil desde 2010 representaram uma nova etapa de mercantilização do espaço de jogo (SANTOS, 2018, p. 248) e as novas formas de associação com os clubes, como os programas de sócio-torcedor, são gerenciadas em uma relação de “empresa-produto-consumidor”, típica do esporte-negócio em nível global (SANTOS, 2018, p. 249). Como lembram Ronaldo George Helal e Leda Maria da Costa (2020, p. 512), o esporte é um dos produtos da indústria cultural e, portanto, o surfe enquanto esporte moderno também está sujeito ao processo de mercantilização decorrente do encadeamento de acontecimentos históricos e demandas capitalistas que apontam novas necessidades para o consumidor (SANTOS, 2016, p. 2).

No seu artigo sobre a piscina de ondas, *Surf Ranch*, Stu Nettle critica a WSL e diz que ela não se importa mais com os “*core surfers*”:

²³ Disponível em: < <https://www.uol.com.br/esporte/surfe/ultimas-noticias/2018/09/06/de-olho-em-olimpiada-piscinao-de-kelly-slater-inicia-nova-era-do-surfe.htm>>. Acesso em 14 jan. 2021

²⁴ Disponível em: < <https://www.uol.com.br/esporte/surfe/ultimas-noticias/2018/09/06/de-olho-em-olimpiada-piscinao-de-kelly-slater-inicia-nova-era-do-surfe.htm>>. Acesso em 14 jan. 2021

Nada disso realmente importa aos olhos da WSL, e não porque estamos todos "na floresta", como Slater resumiu seu preconceito, mas porque os verdadeiros surfistas [*core surfers*] não são mais seus clientes principais. A tecnologia de piscina de ondas e a transmissão, o formato, até mesmo os termos recém-introduzidos [*"runs"*], todas essas maquinações são para os olhos de outras pessoas. Tem sido assim desde que Dirk Ziff²⁵ comprou.²⁶

Gregory Stone (1973) já havia discorrido neste mesmo sentido: “o fato de o esporte ter se transformado em um espetáculo da indústria cultural, praticado para os espectadores e não para os participantes, contribuiu para a erosão do lúdico, ao subordiná-lo à produção de prazer das massas” (STONE *apud* HELAL e COSTA, 2020, p. 513). No entanto, Helal e Costa questionam tal posicionamento: “Apesar da crescente comercialização do esporte, ainda encontramos espaço para manifestações “sagradas” (HELAL e COSTA, 2020, p. 513).

Entre as dezenas de comentários dos leitores na página do artigo, podemos ter uma ideia de como a “nova era das piscinas de ondas” divide opiniões:

Boa leitura, Stu. É engraçado porque quanto mais tubos²⁷ perfeitos são surfados, menos empolgante é para mim. Você percebe com o oceano com todas as suas falhas e imprevisibilidade, que é isso que torna o surf o que é, a piscina de ondas de Kelly é totalmente o oposto, quanto mais você vê, mais mundano se torna. (Simba)²⁸

²⁵ Bilionário americano (herdeiro da editora Ziff Davis Inc.) que comprou a Association of Surfing Professionals (ASP), tornando a principal liga mundial do surfe em um negócio privado. Disponível em: < <https://forbes.com.br/principal/2019/09/conheca-as-cifras-que-vem-em-ondas/>>. Acesso em 14 jan. 2021

²⁶ Tradução nossa: “None of which really matters in the eyes of the WSL, and not because we’re all “in the wood”, as Slater summed up his bias, but because core surfers are no longer their core customers. The wave pool technology and the broadcast, the format, even the newly introduced terms (“runs”), all these machinations are for other people’s eyeballs. It’s been the case since Dirk Ziff bought in.” Disponível em: < <https://www.swellnet.com/news/surfpolitik/2018/05/07/last-splash>>. Acesso em 14 jan. 2021

²⁷ Manobra que consiste em permanecer dentro da onda. “Entubar”.

²⁸ Tradução nossa: “Good read Stu and its funny cause the more perfect barrels are ridden the less exciting it is to me. You realize with the Ocean with all its flaws and unpredictability, that that’s what makes surfing what it is, Kellys wave pool is totally the opposite, the more you see it the more mundane it becomes.” < <https://www.swellnet.com/news/surfpolitik/2018/05/07/last-splash>>. Acesso em 14 jan. 2021

bom campeonato, a piscina de ondas parece divertida, acho que o Kelly só quer compartilhar (sim, sou fã do Kelly) e o surf é um *mainstream* já usado por anunciantes com gente que não surfa para gente que não surfa só pelo lado *cool* disso - o que não é bom para o nosso esporte (PaulG)²⁹

Com quatro títulos mundiais conquistados por três atletas, Gabriel Medina (2014 e 2018), Adriano de Souza (2015) e Ítalo Ferreira (2019), o Brasil é hoje uma das principais potências no esporte e, segundo o gerente geral de conteúdo e marketing da WSL Brasil, Felipe Marcondes, é o maior mercado da WSL Global³⁰. Diante do sucesso do chamado “*Brazilian Storm*”, termo utilizado como referência à nova geração de surfistas brasileiros, a audiência do esporte cresceu no país. Segundo Pedro Dau Mesquita, diretor comercial da 213 Sports, a agência comercial da WSL no Brasil, em 2015, após o primeiro título conquistado por Gabriel Medina, a etapa brasileira do mundial no Rio de Janeiro teve maior audiência da história do surfe. “Fizemos uma parceria com a Globo e a final foi transmitida ao vivo por 40 minutos, alcançando mais de 21,5 milhões de pessoas.³¹”. Na última etapa do campeonato mundial realizada em 2019, em Saquarema, cidade da região dos lagos, Rio de Janeiro, a praia ficou lotada e teve uma média de 30 mil torcedores por dia nas areias, com um pico de 40 mil, no sábado³².

²⁹ Tradução nossa: “good contest, wave pool looks fun, I think Kelly just wants to share (yes I'm a Kelly fan) and surfing is mainstream already used by advertiser's with people who don't surf for people who don't surf just for the Kool of it - which isn't good for our sport” .” Disponível em: <<https://www.swellnet.com/news/surfpolitik/2018/05/07/last-splash>>. Acesso em 14 jan. 2021

³⁰ Disponível em: <https://www.olimpiadatododia.com.br/surfe/258821-wsl-redes-sociais-brasil-alto-engajamento/>

³¹ Disponível em: <<https://istoe.com.br/brasil-vira-o-principal-mercado-do-circuito-mundial-de-surfe/>>

³² Disponível em: <<https://www.saquarema.rj.gov.br/mundial-de-surf-em-saquarema-supera-todas-as-expectativas>> Acesso em: 20 dez. 2020



Fonte: Disponível em: <<https://www.saquarema.rj.gov.br/mundial-de-surf-em-saquarema-supera-todas-as-expectativas>> Acesso em: 20 dez. 2020

Novamente, se fizermos uma comparação com o futebol, mesmo com diferenças relevantes entre os dois esportes, podemos sugerir que ainda existe uma espécie de “democracia torcedora” (SANTOS, 2018) no surfe, na medida em que as praias onde são realizados os campeonatos são públicas, que não há restrição quanto a entrada nelas, e que atualmente é possível assistir às etapas do *tour* através das transmissões ao vivo via *streaming* por aplicativo ou pelo site da WSL com a opção de narração em português (FORTES, 2020, p. 64). Ir à praia, dependendo da distância que o “torcedor” se encontra, pode não ser exatamente barato, assim como ter um *smartphone* ou um computador com acesso à internet também não é para todos, mas essas opções são muito mais acessíveis do que pagar 99 dólares em um ingresso para assistir a uma etapa do *tour* na piscina, sem contar os demais possíveis gastos com itens de consumo dentro de um “parque.”

Como Helal e Costa destacam (2020), já existem pesquisas que “dão ênfase aos intensos processos de mercadorização que estaria, segundo alguns autores, promovendo uma gradativa exclusão da participação popular” (HELAL e COSTA, 2020, p. 512), no futebol. Em um cenário esportivo cada vez mais midiaticizado e espetacularizado, o surfe parece estar indo pelo mesmo caminho.

As piscinas brasileiras

No Brasil, estão sendo construídas duas piscinas de ondas para a prática do surfe. Uma em São Paulo, em Itupeva, o condomínio de luxo Praia da Gama: “o único condomínio do mundo com praia, golf e hípica³³”, e outra em Santa Catarina, Garopaba, a Surfland Brasil. “O primeiro clube e resort em multipropriedade com piscina de ondas para surf no mundo.³⁴” Em uma rápida comparação entre os sites e perfis no Instagram dos dois empreendimentos, supomos que os públicos-alvo almejados são diferentes. Enquanto que o Praia da Gama parece ser um condomínio mais voltado para um público mais abastado e exclusivo, com poucas unidades à venda e lotes a partir de dois milhões de reais³⁵, a Surfland parece querer atingir um público maior e que se identifica mais com o estilo de vida do surfe, pois além do modelo de vendas sugerir menos exclusividade, a sua campanha publicitária é feita explorando a imagem de atletas renomados do esporte, como o bicampeão mundial, Gabriel Medina. De acordo com um levantamento feito em agosto de 2020 com um representante de vendas do empreendimento Surfland Brasil, pudemos apurar que o custo de uma “fração³⁶” era cerca de noventa mil reais. Cada fração dava direito a quatorze dias de hospedagem no ano em um apartamento térreo (sendo sete dias na alta temporada e sete dias na média), além de acesso ao clube, que conta com a piscina de ondas, uma pista de *skate* e outros equipamentos esportivos, o ano inteiro. A empresa detentora da tecnologia da piscina, a espanhola *Wave Garden*, é concorrente da empresa de Kelly Slater, e já tem quatro *surf parks* em funcionamento no mundo: Coréia do Sul, Austrália, Grã-Bretanha e País de Gales; mais três em construção (um na Suíça e dois no Brasil) e mais de trinta projetos em

³³ Disponível em: <<https://www.praiadagrama.com.br/>>. Acesso em: 14 jan. 2021

³⁴ Disponível em: <<https://www.surflandbrasil.com.br/>>. Acesso em: 14 jan. 2021

³⁵ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/economia/por-que-e-cada-vez-maior-a-procura-por-condominios-de-luxo-no-interior/>>. Acesso em: 28 fev. 2021

³⁶ Na multipropriedade você se torna dono de uma fração do imóvel, detém escritura pública e paga supostamente apenas pelo tempo que utiliza. Disponível em: <<https://www.surflandbrasil.com.br/>>. Acesso em: 24 fev. 2021

desenvolvimento em cinco continentes³⁷. Segundo o site da Surfland Brasil, será gerada uma onda a cada 4 segundos de até 1,9 metros de altura³⁸.

Enquanto que o empreendimento Praia da Gama fica a pelo menos duas horas de carro do litoral paulista³⁹, a Surfland Brasil fica na região de Garopaba, a capital catarinense do surfe⁴⁰, a poucos minutos da Praia do Rosa. Talvez justamente por ficar em um dos destinos mais conhecidos para a prática do esporte no Brasil, a construção do resort vem sofrendo duras críticas da comunidade local. O grupo Garopaba Viva lançou um vídeo, que foi publicado no Youtube⁴¹, e um abaixo assinado virtual⁴² que denunciam que o empreendimento não leva em conta a disponibilidade de recursos hídricos do local e todos os impactos ambientais da construção, a despeito das campanhas publicitárias e notícias *publieditoriais* que dizem que um dos pilares do projeto é a sustentabilidade⁴³. Entre os 62 comentários no Youtube, destacamos dois: “Daqui a pouco irão construir uma montanha artificial ao lado do Everest...” e “Um absurdo onda artificial com o mar a disposição! Incoerência.”

Recentemente a marca de roupas e acessórios de surfe, Rip Curl, anunciou que realizará em julho o primeiro campeonato de surfe da história na América Latina em uma praia de ondas artificiais, no condômino Praia da Gama, o “Rip Curl Grom Search apresentado por Praia da Grama⁴⁴”. É provável que o evento, que será destinado aos talentos da nova geração, não

³⁷ Disponível em: <https://wavegarden.com/locations/>. Acesso em 14 jan. 2021

³⁸ Disponível em: <https://www.surflandbrasil.com.br/>. Acesso em 14 jan. 2021

³⁹ Disponível em: <http://br.distanciadas.net/distancia-de-itupeva-a-bertioga> Acesso em 16 jan. 2021

⁴⁰ Disponível em:

<http://www.surfcare.com.br/home/component/content/article/1/1818.html> Acesso em 16 jan. 2021

⁴¹ O vídeo “A verdade sobre o projeto surfland!” tem mais de oito mil visualizações.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5I-q0VeBL1g&t=1s> Acesso em 16 jan. 2021

⁴² “Surfland: Agressão ao meio ambiente” Disponível em: <

<https://www.change.org/p/minist%C3%A9rio-p%C3%ABlico-surfland-agress%C3%A3o-ao-meio-ambiente>> Acesso em 16 jan. 2021

⁴³ Disponível em: <https://www.waves.com.br/cobertura-especial/surfland/surfland-premissa-sustentavel/>> Acesso em 14 jan. 2021

⁴⁴ Disponível em: < https://www.instagram.com/p/CLo_RdBgkkg/> Acesso em 24 fev. 2021

tenha uma projeção midiática muito grande, mas mesmo assim promete ser um marco para o surfe brasileiro ao inaugurar esse novo horizonte do esporte no país.

As propostas da SurfLand Brasil e do Praia da Gama estão de acordo com as ideias da WSL para a construção de novas piscinas de ondas pelo mundo. Segundo Sophie Goldschmidt, principal executiva da liga mundial, em entrevista à revista TPM sobre como a piscina de ondas poderia ser usada pela comunidade no Brasil, ela respondeu: “uma parte importante será o treinamento para o surf de alto desempenho. Também vemos a oportunidade de fazer algo parecido com um *country club* [um clube de associados]⁴⁵”. Essa visão de mercado reforça a hipótese de que o surfe é um esporte majoritariamente de elite. Fortes (2011), em seu livro *O Surfe nas ondas da mídia: esporte, juventude e cultura*, ressalta que:

A caracterização do surfe como algo *nato* na fala dos surfistas apaga diferenças quanto a fatores de classe, lugar, oportunidades para surfar (tempo livre, acesso ao mar, posse de prancha e acessórios). Embora a representação elimine estes elementos, na prática eles são decisivos e constituem as condições estruturais que determinam se um indivíduo poderá ou não ser surfista. (FORTES, 2011, p. 267)

Ou seja, a condição financeira do praticante pode ser preponderante para que ele evolua no esporte e desfrute do estilo de vida *easy going* que o estigma de o que é ser um surfista costuma sugerir. Com as piscinas de onda, a tendência é que haja mais um elemento de distanciamento não só do praticante com poucos recursos financeiros, como do público em geral, espectador esporádico e simpatizante do surfe.

Considerações

A partir do recorte da primeira etapa do campeonato mundial de surfe realizado em uma piscina de ondas e um breve panorama do desenvolvimento desse tipo de piscina no Brasil e no mundo, esse artigo trouxe parte das opiniões divergentes sobre o tema e apontou alguns aspectos que evidenciam

⁴⁵ Disponível em: <<https://revistatrip.uol.com.br/tpm/eles-queriam-um-olhar-diferente>>. Acesso em 14 jan. 2021

a aceleração do processo de midiaticização, mercantização e possível arenização do surfe. A exemplo do futebol, é provável que esse processo intensifique tensionamentos entre atletas e o público em geral, e, portanto, os discursos em torno dos argumentos levantados ao longo do tempo merecem ser investigados.

Por enquanto o impacto do desenvolvimento dessas piscinas ainda é relativamente restrito diante da quantidade de projetos em andamento. Ainda não se sabe se esses empreendimentos, que por si só demandam grandes infraestruturas e espaços, estarão ligados a processos de gentrificação nas regiões onde estão sendo instalados, assim como ainda não é possível afirmar se tais investimentos trarão benefícios concretos para o esporte, como o desenvolvimento de novos atletas. O evento no condomínio Praia da Gama também pode trazer novas perspectivas a partir da repercussão midiática que será gerada. O fato é que a expectativa do crescimento no lançamento e desenvolvimento de novas tecnologias para a produção de ondas artificiais próprias para o surfe nos próximos anos é grande, e será necessário que novas pesquisas acadêmicas se aprofundem em diferentes pistas que lancem ainda mais luz sobre esse tema que já está impactando o chamado “surfe moderno”.

Referências bibliográficas

FORD, Nick; BROWM, David. **Surfing and social theory**. New York: Routledge, 2006.

FORTES, Rafael. **O Surfe nas ondas da mídia: esporte, juventude e cultura**. Rio de Janeiro: Apicuri, 2011.

GUIMARAES, P. C. D.; FORTES, Rafael. **A transmissão ao vivo de campeonatos de surfe pela internet: padrões televisivos, inovação e questões para a história do esporte**. HISTÓRIA. QUESTÕES E DEBATES, v. 68, p. 55-76, 2020.

HELAL, Ronaldo. **O Que é Sociologia do Esporte**. 1. ed. SAO PAULO: BRASILIENSE, 1990.

HELAL, Ronaldo; Costa, Leda Maria. **Sociologia do Esporte: temas, pressupostos e situação do campo**. In: Rita de Cássia Fazzi; Jair Araújo

de Lima. (Org.). Campos das Ciências Sociais. Figuras do mosaico das pesquisas no Brasil e em Portugal. 1ed. Petrópolis: Vozes, 2020.

LORCK, Carlos K. **Surfe: deslizando sobre as ondas**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1980.

SANTOS, I. S. C. **Mercantilização do futebol e movimentos de resistência dos torcedores: histórico, abordagens e experiências brasileiras**. Esporte e Sociedade, v. 11, p. 1-18, 2016.

SANTOS, IRLAN SIMÕES DA CRUZ; SANTOS, ANDERSON DAVID GOMES DOS. **Democracia torcedora versus Vantagens consumistas: uma análise da associação clubística em tempos de futebol-negócio**. MOSAICO (RIO DE JANEIRO), v. 9, p. 246-261, 2018.