

As piscinas de ondas e o desencantamento do surfe: mídia e a construção simbólica de novos *picos* fora do mar¹

André Tavares²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

RESUMO

O surfe testemunha a multiplicação de novos espaços de prática fora mar. A mídia, que teve um papel fundamental na disseminação da cultura do esporte a partir das tecnologias do imaginário, hoje ressignifica aspectos simbólicos que são a sua base semântica. O presente artigo tem o objetivo de analisar como a chegada da terceira geração de piscinas de ondas está impactando a construção de sentido do surfe, e como a mídia legitima esses novos *picos*. Para realizar essa investigação, utilizamos a análise discursiva de imaginários que nos ajudou a identificar os tópicos emergentes que surgiram na publicidade de pacotes de *surftrips* para piscinas de ondas. Como resultados preliminares, vimos que o surfe passa por um processo de secularização, comodificação e desencantamento.

PALAVRAS-CHAVE: piscinas de ondas; surfe; mídia; comodificação; produção de sentido.

Introdução

A multiplicação das piscinas de ondas de terceira geração, que transferem física e simbolicamente as ondas do mar para ambientes controlados, estão modificando gradativamente o sentido do surfe contemporâneo. Valores como risco, aventura e imprevisibilidade (Costa, 2009), que foram disseminados pela mídia e retratavam o estilo de vida praiano, pautados pelas belezas do mar, das aventuras de busca pelas ondas e os prazeres da vida junto à natureza (Dias, 2008; Fortes, 2011; Silva; Palmeira, 2021) estão sendo substituídos pelas ideias de performance e aproveitamento contínuo do tempo.

As viagens de surfe, que historicamente tangibilizaram a busca pelo próximo *pico*³ de ondas desconhecidas, estão começando a ser preteridas por conta da previsibilidade que as piscinas oferecem. Segundo pesquisa realizada em 2024 pelo autor Jess Ponting com 4.310 surfistas do mundo, 18% desse total tinha substituído uma viagem de surfe convencional por uma viagem para surfar em uma piscina de ondas (Ponting, 2025).

¹ Trabalho apresentado no GP – Comunicação e Esporte, do 25º Encontro de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ. E-mail: andretavares@gmail.com

³ Territorialidade móvel, fluida e flexível, que surge a partir das condições oceânicas e é delimitado pelas relações de sociabilidade entre os surfistas.

Metodologia

Utilizamos a análise discursiva de imaginários (Silva, 2021) para analisar uma campanha publicitária de um pacote de viagem de surfe cujo destino é uma piscina de ondas. Assim como Medeiros e Montenegro (2020), que discutiram sobre o processo de legitimação da natação em novos espaços fora dos rios e mares a partir da análise de jornais, revistas e imagens, entre as décadas de 1920 e 1940, nosso objetivo foi avaliar como a publicidade desses novos pacotes de viagens para as piscinas de ondas podem, de alguma maneira, legitimar esses novos *picos* fora do mar. Como recorte inicial, analisamos uma página do site da operadora de turismo de surfe Nivana, que em setembro de 2024, levou um grupo de surfistas amadores brasileiros para uma das duas piscinas de ondas do onze vezes campeão mundial Kelly Slater, em Abu Dhabi, nos Emirados Árabes Unidos.

Resultados Preliminares

O discurso da página se afasta dos valores que normalmente são vinculados ao surfe: “o ambiente no entorno é exótico e luxuoso, com infraestrutura superior a um resort 5 estrelas, permitindo que o surfista tenha todo o apoio necessário para atingir a sua melhor performance”. Neste trecho, identificamos o primeiro tópico emergente que aparece nos discursos sobre as piscinas de ondas: a ideia de performance. Já em: “esse cenário vai permitir mais surf com tubos mais longos e ondas maiores e com a mesma quantidade de ondas em comparação com a Ranch de Lemoore”, demonstra a secularização do esporte, abordada por Helal (1990). Neste sentido, observamos um processo de desencantamento do surfe, que se torna cada vez mais racional e previsível.

REFERÊNCIAS

COSTA, Vera. O imaginário da aventura in Cleber Augusto Gonçalves Dias; E. D. Alves Junior (Org.). **Em busca da aventura: múltiplos olhares sobre esporte, lazer e natureza**. Niterói, RJ: EdUFF, 2009. 165p.

DIAS, Cleber Augusto Gonçalves. **Urbanidades da natureza: o montanhismo, o surfe e as novas configurações do esporte no Rio de Janeiro** / Cleber Augusto Gonçalves Dias. – Rio de Janeiro: Apicuri, 2008.

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

HELAL, Ronaldo. **O que é sociologia do esporte**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

MEDEIROS, D. C. C.; MONTENEGRO, N. R. . Entre rios, mares e piscinas a natação nas cidades de São Paulo e Fortaleza (décadas de 1920 a 1940). Revista Conexões, v. 18, p. e020039, 2020.

PONTING, Jess. Are Surf Parks Eating Traditional Surf Tourism's Lunch? Surf Park Central, 11 de fevereiro de 2025. Disponível em: <<https://surfparkcentral.com/are-surf-parks-eating-traditional-surf-tourisms-lunch/>> Acesso em: 17 jun. 2025

SILVA, B. A. T.; PALMEIRA, M. V. **SURF CONTEMPORÂNEO: base científica por trás das ondas. Coleção: Aventura & Ciência Volume 1**. 1. ed. [s.l.] EDITORA CRV, 2021.

SILVA, Juremir Machado da. **O que pesquisa quer dizer: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES**/ Juremir Machado da Silva. 5ª edição – Porto Alegre: Sulina, 2021.