



Vol 1, Nº 3 (agosto/agosto 2008)

SURF Y DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN GALICIA

Alberto Prieto Rodríguez

Resumen:

El texto analiza la actual situación a la que se enfrenta la industria turística gallega ante la implantación de modelos típicos de áreas de sol y playa y sobre todo, ante la masificación constructiva que está sufriendo el litoral. Como alternativa se presenta la posibilidad de construir una pequeña industria turística basada en el surf, de tal manera que junto con otros factores (cultura, gastronomía, naturaleza) se desarrolle un modelo sostenible a largo plazo, medioambientalmente viable y, desde luego, económicamente rentable, tal y como ya sucede en otras zonas de características similares como el País Vasco o Las Landas francesas.

En el lugar en el que yo vivo, en el que trabajo y desde donde escribo, mucha gente, cada vez más, depende económicamente del turismo. Hoy, esos miles de personas miran al cielo preocupadas porque apenas quedan unos días para el comienzo del verano "oficial" y no deja de llover. Lluve con fuerza desde hace un par de semanas, sopla el viento del sur, y el mar está revuelto y oscuro, y ninguna de esas tres cosas es buena para que el día 1 de Julio lleguen a Galicia, cientos de miles de personas en busca de unas semanas de descanso y playa.

Cuando yo era niño, los veranos eran cortos y templados. Casi siempre, alcanzada la mitad del mes de agosto, las nieblas llegaban del océano y los pocos veraneantes y turistas que había, emprendían la marcha de vuelta a sus hogares. Al menos así lo recuerdo. Sin embargo, en las últimas dos décadas, un lugar tan improbable para convertirse en un destino turístico de sol y playa como Galicia, una de las zonas más lluviosas de Europa, sometida a temporales y borrascas atlánticas casi continuas durante nueve de los doce meses, ha comenzado a transformar su geografía turística en algo muy parecido al aspecto de otros lugares como la costa mediterránea y andaluza, lugares en los que el sol se mantiene en lo alto buena parte del año, el mar supera los 20° C y la temperatura ambiente se encuentra normalmente por encima de los 30°C en el verano. Ninguna de estas tres circunstancias es habitual en la costa

gallega, el área de la Comunidad Autónoma en la que se asienta la mayor parte de la población, y en el aspecto que nos ocupa, el área en la que se asienta el grueso de la industria turística.

Si uno pregunta en la calle, a sus vecinos o amigos, es muy probable que reciba como respuesta una frase del estilo: “el tiempo de ahora ya no es como el de antes”, “lueve mucho menos que hace años”, etc, y querámoslo o no, en el trasfondo de todas estas opiniones, el cambio climático aparecerá como clave explicativa de todo. El clima ha cambiado, ¿Seguro que lo ha hecho?, y si es así, ¿Cómo es posible que ahora mismo, en el final del mes de Junio, el mes estadísticamente más caluroso en el noroeste de la península ibérica, esté lloviendo y que el fantasma de la cancelación de reservas deambule ya a estas alturas por las recepción de cientos de hoteles?

Tal vez, como parece más probable, el clima no haya cambiado tanto como nosotros creemos. Tal vez Galicia siga siendo un lugar más parecido, en términos climáticos y turísticos, a Escocia que a Cancún o a Gandía, y tal vez, la causa de que ahora miles de personas miren al cielo y de reojo a su cuenta corriente sea que hemos elegido mal el modelo turístico que deseamos para nuestra tierra, y ahora, la realidad climática tenga el mal gusto de arruinarnos el plan.

España es una de las primeras potencias turística del mundo. Nuestro país es el segundo destino turístico del planeta, solo superado por Francia. Según el Instituto Nacional de Estadística, España recibió en el año 2006 alrededor de 60 millones de turistas procedentes de todas partes del mundo. Si a ellos les sumamos los turistas nacionales, nos encontramos con que 90 millones de personas recorrieron el país en busca de descanso, ocio, diversión, aventura, gastronomía, o cultura. Las previsiones a medio plazo son buenas, y a pesar de la aparición de nuevos competidores turísticos, como los países de los Balcanes y por supuesto la inevitable China, España seguirá ocupando puestos de honor en las listas de líderes turísticos del mundo en los próximos años. Todos estos datos convierten al sector turístico en esencial para el PIB español. Alrededor de dos millones y medio de personas empleadas en esta actividad, y 48.227 millones de euros gastados por turistas extranjeros en el años 2006 son solo algunos datos que dan una visión aproximada de las dimensiones de la industria turística española, dimensiones que son de todo el mundo conocidas.

Hace apenas 10 años, Galicia solo recibía un pequeño porcentaje de los turistas que visitaban España. Se trataba de un destino secundario, con unas cifras situadas muy lejos de los datos de las zonas del este y el sur de España, y aunque hoy, Cataluña, Andalucía, Valencia o Mallorca continúan mandando el mercado turístico español, Galicia ha conseguido, en esta última década, mejorar sus números. Por ejemplo, en el año 2006, la Comunidad Autónoma recibió 1.300.000 visitantes internacionales; visitantes que realizaron un gasto en torno a los 851 millones de euros. Para ocuparse de todos estos visitantes, en torno a 70.000 personas desarrollan su trabajo en el ámbito de la hostelería y el turismo.

Sin embargo, y a pesar de la innegable tendencia al alza de los datos macroeconómicos del sector turístico de Galicia, todo apunta a que por ahora, “el turismo gallego, a pesar de los esfuerzos realizados, no ha generado un despegue ni en el número de visitantes ni en el de pernoctaciones. Por otra parte, se constata una excesiva concentración en un destino específico, como es el caso de las Rías Baixas. No obstante, de no mediar el desarrollo de una estrategia competitiva para este destino, se corre el riesgo de su masificación, con la consiguiente pérdida de credibilidad asociada que ello conlleva. Por ello resulta necesario la adecuada definición de una estrategia colectiva del destino Galicia, de tal forma que englobe a las posibles zonas que hemos identificado y que sirva tanto para controlar el

crecimiento del destino más consolidado –Rías Baixas– como para favorecer el desarrollo del resto de zonas”

En resumen, tal como expresan perfectamente en estas palabras María del Mar Rodríguez y Manuel Guisado, la industria turística gallega se enfrenta a dos cuestiones básicas. Por un lado, la falta de un despegue definitivo de esa industria, la no consolidación de unas cifras que dejen claro la existencia de un “sector turístico gallego” y su viabilidad futura. Por otro lado, el peligro de una masificación que agote los recursos disponibles en un breve plazo de tiempo y aboque a la industria turística gallega a un callejón sin salida de consecuencias desastrosas para toda la estructura económica de la Comunidad.

Con un nivel de industrialización no demasiado elevado y un todavía amplio porcentaje de la población dedicado al sector primario, tanto la agricultura como la pesca, una buena parte de la renta percibida por los gallegos procede de subsidios y pensiones sociales, más del 25% de esa renta, en realidad. No se trata por lo tanto, ante una estructura económica relativamente debilitada y dependiente, solamente de poner en pie una frágil industria del turismo cimentada en la repetición de modelos (mediterráneo, sol y playa) hoy en día ya cuestionados y que en Galicia han cobrado inesperadamente fuerza en los últimos años a partir del incremento del número de turistas llegados hasta la Comunidad, especialmente gracias a los Años Xacobeo y su consideración como un posible destino competidor de zonas de sol como el este o el sur peninsular. Se trata de que la industria turística gallega colabore en el fortalecimiento de la estructura económica de la Comunidad Autónoma, y lo haga con vistas al largo plazo, y no en implantar un modelo que sume inestabilidad aun a pesar de la obtención de beneficios inmediatos

Para resumir la coyuntura a la que hoy se enfrenta la economía y la sociedad gallega valgan algunos fragmentos del informe Destrucción a toda cosa 2006, realizado por la organización Greenpeace:

“Del análisis de las principales variables analizadas cabe señalar a la Comunidad Valenciana y a Andalucía como aquéllas que menos cuidan su litoral, especialmente en lo referido a la construcción de nuevas viviendas, campos de golf y puertos deportivos. A continuación se sitúa la Región de Murcia que, a pesar de presentar menos proyectos, añade una característica muy preocupante: la agresión a los espacios naturales protegidos. Después se situaría Galicia, con un enorme número de proyectos surgidos este año que amenazan con desfigurar completamente su costa ”. El mismo informe señala que el año 2006 se construyeron en la costa de Galicia 300000 nuevas viviendas, varios miles de ellas ilegales. Los datos en este sentido son innumerables. En la actualidad, la utilización de los aeropuertos gallegos por líneas aéreas low cost, como Ryanair o Air Berlín, ha acercado a nuevos visitantes europeos en muchos casos atraídos por los comparativamente bajos precios de las viviendas de la costa gallega.

Podríamos dedicar páginas y páginas a analizar el fenómeno de la construcción más o menos desahogada en la costa gallega, todo ello rodeado de conflictos políticos, luchas de poder, acusaciones y sospechas de corrupción urbanística y procesos judiciales. En el fondo, tras este aparente desastre, no se oculta otra cosas que la oportunidad de obtener suculentas plusvalías económicas mediante la construcción masiva de segundas viviendas vacacionales en una zona, Galicia, cuya potencia económica no se encuentra entre las primeras de España, y al hacerlo, se empuja a la industria turística de la Comunidad Autónoma hacia un modelo que le resulta extraño y poco asumible por no responder a las características climatológicas precisas para ello.

Por el contrario, si queremos buscar una alternativa distinta, construir una infraestructura racional, coherente y autónoma, no necesitada de continuos subsidios externos que garanticen su subsistencia, basada en la explotación equilibrada de los recursos de los que la Comunidad dispone y que sea viable a largo plazo, necesitamos modelos que garanticen el desarrollo sostenible de la economía gallega. Si nos acogemos a la definición contenida en el Informe Brutnland, por desarrollo sostenible debemos entender “ el que satisface las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. En resumen, un desarrollo que asegure el desarrollo social, el económico, y el uso racional de los recursos. El modelo de Galicia puede no ser Benidorm, puede ser la región francesa de Las Landas, o la británica de Cornualles. El surf, nacido en la Polinesia hace cientos de años, asociado a la imagen de playas de arenas blancas y aguas calientes, palmeras y cocoteros, a las costas de Hawaii o de California, el surf, puede ayudarnos en la tarea de construir una industria turística en Galicia claramente orientada al desarrollo equilibrado y viable a largo plazo.

“There are over 10 million surfers worldwide and a third of these are cash-rich, time-poor and hence potential tour clients. Most travelling surfers visit mainland destinations and are not distinguished from other tourists”. Esta excelente descripción de las características y las dimensiones del segmento turístico que suponen los surfistas aparece en un artículo publicado en Journal of Sustainable Tourism. Estamos hablando por lo tanto de un sector de alrededor de 10 millones de personas en todo el mundo, con un poder adquisitivo medio en su mayoría y con tiempo para viajar y hacer turismo, para desplazarse a lugares del mundo buscando a menudo zonas no saturadas y ecológicamente bien conservadas. Y es que se trata de un sector compuesto por personas especialmente preocupadas por la calidad del medioambiente y por lo tanto, personas que mantienen una actitud respetuosa con los entornos a los que se desplazan, no solo con su hábitat ecológico, sino también con las tradiciones y cultura locales.

Nos encontramos además ante un sector en crecimiento. Medio millón de nuevos surfistas cada año , medio millón de nuevos potenciales clientes. El marketing de grandes compañías de ropa y complementos, las tendencias cinematográficas y de publicidad, han convertido al surf, una actividad hasta hace no mucho minoritaria y casi marginal, en un deporte de moda y en un producto de mercado con múltiples ramificaciones, tanto en el campo de la moda, del diseño e incluso de la cultura. Y por supuesto, en el mundo del turismo.

En los últimos años, en el sector turístico ha hecho su aparición el turismo de aventura como una opción cada vez más demandada por un mayor número de viajeros y turistas de todo el mundo, interesados en alejar su tiempo de ocio de entornos masificados y pasivos. “En el turismo de aventura, se ha unido el interés creciente de los viajeros por experimentar vacaciones "activas" con el rápido crecimiento en la fabricación de equipos y la extendida capacidad de los operadores comerciales, incluyendo a los comerciantes de indumentaria y equipos y a los minoristas para brindar productos de viajes "de actividad" más variados” . Todos los factores existentes hoy en el mercado permiten el ensanchamiento de las actividades turísticas y favorecen que cada territorio pueda articular ofertas basadas en sus recursos naturales sin tener que forzar el desarrollo de infraestructuras que le puedan resultar ajenas.

El turismo ha cambiado. Como acabamos de ver, el tiempo de ocio de millones de personas se han vuelto activo, y para ocuparlo, contemplan nuevas opciones hasta ahora alejadas del sector turístico general más orientado, casi en exclusiva, al sol y playa explotado masivamente a lo largo y ancho de todo el planeta. El turismo activo ha permitido que zonas no “existentes” en la geografía turística hasta ahora cobren

valor. Sus montañas, playas, caminos, barrancos o simplemente sus senderos y paisajes forman ya escenarios turísticos reconocidos, y lo que es más importante, demandados.

Galicia no es el mejor sitio del mundo para hacer surf. Los temporales procedentes del Atlántico que durante todo el invierno barren su costa con fuertes vientos y lluvias perpetuas hacen del mar un sitio confuso y peligroso; un mar de agua fría que solo en verano modera su temperatura; un verano que apenas dura dos meses y que pronto deja paso a nuevas borrascas. Las playas son en su inmensa mayoría de fondo arenoso y por lo tanto cambiante, las olas, las corrientes pueden variar la morfología de un arenal y dejarlo irreconocible cada invierno; las rías e incluso las islas, convierten muchas veces en inútiles para el surf cientos de kilómetros de costa.

Sin embargo, y a pesar de todo estas circunstancias en ocasiones adversas, durante los últimos veinte años los gallegos se ha indo acostumbrando poco a poco a ver cada día imágenes, que hoy, son ya habituales. Tablas de surf sobre las bacas de coches que recorren las carreteras del litoral, jóvenes y no tan jóvenes, esperando en las playas a que la marea suba, o baje, a que el viento; diminutos puntos negros que como insectos en una colonia se mueven sobre la superficie del mar todos a un tiempo y en la misma dirección.

A lo largo de los aproximadamente mil quinientos kilómetros de costa de los que dispone Galicia encontraremos más de un centenar de puntos en los que se practica el surf y alrededor de 20 que, hoy ya, están incluidas en guías para surfistas, guías publicadas en el mundo entero, algunas tan prestigiosas como "The World Stormrider Guide ". Galicia está ya por lo tanto en la geografía del surf mundial, es una opción de viaje para miles de surfistas y amantes de este deporte, una opción cada día más seleccionada. Una buena muestra de la realidad, y sobre todo del potencial que la costa gallega tiene como destino turístico para muchos surfistas lo encontramos en la Playa de Pantín, en donde desde hace veinte años se celebra el Ferrolterra Pantín Classic , una prueba del World Qualifying Series de Surf, una prueba del campeonato del mundo al que acuden surfistas de todo el planeta.

Situada en la costa norte de Galicia, en una zona especialmente castigada por las reconversiones económicas a las que España tuvo que hacer frente en el momento de su integración en la UE, y una zona además con una climatología especialmente "complicada" durante una semana al año, los hoteles, restaurantes, camping y todo tipo de alojamientos de varios ayuntamientos de los alrededores de la playa de Pantín, cuelgan el cartel de no hay habitaciones, y reciben a miles de personas que eligen estas playas como destino para unos días de vacaciones. La escala del impacto económico directo de este campeonato es, por supuesto, reducida; estamos hablando de una semana al año. Pero la realidad es que el efecto no se termina ahí. Por un lado, el hecho de que miles de personas de decenas de países de todo el mundo hayan pasado por esta playa ha contribuido a atraer a miles más. El efecto "viral" ha funcionado y gracias a ello durante todo el verano cientos de surfistas de esos mismos países eligen, atraídos por las referencias recibidas, Pantín como destino turístico, y por extensión el resto de Galicia, alentados por la posibilidad de encontrar buenos sitios para el surf en un territorio con miles de playa, muchas de ellas realmente hermosas, muy bien conservadas, y hasta ahora, poco frecuentadas.

Hoy ya existe en Galicia una pequeña industria desarrollada en torno al surf. "Surf shops" en todas las ciudades costeras, unos cuantos "shapers" (constructores de tablas) y varias escuelas de surf que han creado puestos de trabajo que se mantienen durante todo el año y que poco a poco, crecen en número, además de unos cuantos

clubes y una Federación Oficial. ¿Es posible ampliar el modelo, extenderlo a todo el litoral gallego? ¿Existen ejemplos que podamos utilizar como guía? ¿Es posible aplicar un modelo de turismo activo basado en el surf (no de forma única, por supuesto)?

En definitiva se trata de buscar “puntos” sobre los que apoyarnos para poner en pie una industria turística sostenible a largo plazo y por lo tanto armonizada con el entorno y capaz de aportar valor económico a una zona, que como Galicia, se mantiene aun en áreas “brumosas” de desarrollo si la comparamos con buena parte del entorno europeo, ya que, no en vano, continuará durante al menos siete años con la condición de región objetivo prioritario de la UE, ya que aun hoy, la renta per cápita de los gallegos se sitúa 800 euros por debajo de la media española y 5.700 euros bajo la comunitaria . El surf puede ser uno de estos puntos de apoyo que buscamos.

Dicho de otra, se trata de construir mediante diferentes actuaciones un modelo que garantice el desarrollo sostenible en el sector de servicios turísticos de nuestra Comunidad, de no dejarnos llevar por el ansiedad del crecimiento económico rápido a corto plazo impulsado por la construcción masiva en el litoral y por la explotación turística de nuestras playas como si estuviéramos en el algún punto de la costa mediterránea. Se trata, en definitiva, de sostenibilidad, algo que en el mercado del turismo podemos definir como ese “concepto multivariante de especial relevancia en el ámbito local y sobre todo en los destinos inmaduros, siempre los más vulnerables, al riesgo de deterioro de sus recursos, bien por conseguir beneficios a corto plazo o bien por inexperiencia o por necesidad”.

Antes nos preguntábamos si existen ejemplos en los que mirarnos, y la respuesta es, desde luego, si. No tenemos que ir demasiado lejos para encontrarlos. El País Vasco es el primero de ellos. Con una meteorología no demasiado diferente de la gallega y una oferta de costa sensiblemente más pequeña en extensión, Euskadi se ha convertido en una referencia mundial para miles de surfers que cada año se acercan Mundaka, a Zarautz, o a Meñakoz en busca de olas, pero también de descanso, gastronomía y cultura. En esta Comunidad, Mundaka es sin duda la parada imprescindible, el símbolo de todo el surf vasco, un pequeño pueblo pesquero de apenas 2000 habitantes de la costa vizcaína que gracias a su “eterna” ola de izquierda se ha convertido en un lugar famoso en todo el globo y sede de una de las pruebas más importantes del campeonato del mundo WCT que lleva a más de diez mil personas al pueblo durante un par de semanas, y a miles durante el resto del año para entrenar, practicar o simplemente disfrutar del mar. Durante el año 2003, y debido a unas obras de dragado realizadas en el fondo de la ría, la ola de Mundaka desapareció, se esfumó. Las consecuencias económicas fueron enormes, y aunque la naturaleza obró el milagro y la “barra de Mundaka” volvió a romper como solía, durante varios meses, uno de los principales recursos turísticos de Euskadi estuvo fuera de combate. Fue excluida del circuito mundial. Los surfistas buscaron otros lugares mientras los vecinos de Mundaka, asociaciones, grupos ecologistas, etc, trataban de buscar soluciones, exigían responsabilidades y se esforzaban en concienciar al resto de la sociedad española del daño causado, un daño que trascendía mucho más allá del propio surf y que extendía sus efectos a la economía de muchas familias de forma directa, y de miles de personas indirectamente al perder el efecto imán que Mundaka ejercía sobre miles de viajeros, y del que se beneficiaba todo Euskadi.

Y es que en torno a Mundaka y a unas cuantas legendarias olas más, el País Vasco ha construido un modelo de turismo activo que es a la vez respetuoso con el medio ambiente y garantía de una sostenibilidad que asegura la continuación a largo plazo de esta fuente de ingresos para la Comunidad. Por supuesto, resulta evidente que el surf no es el único elemento vertebrador del turismo en Euskadi, ni en Euskadi ni en ninguna otra parte.

Un poco más al norte, ya en la costa francesa, se encuentra la meca del surf europeo, las Landas. Desde Biarritz hasta Lacanau se extienden 200 kilómetros de playas en los que es posible encontrar las mejores olas del continente. Miles de surfistas de todo el mundo viajan año tras año hasta la costa oeste francesa, y allí encuentran surf y un entorno natural extremadamente cuidado. Por supuesto, en esta costa francesa como en otras áreas eminentemente turísticas, existen zonas en las que se produce una mayor concentración de edificaciones y una más acusada saturación de visitantes, especialmente durante el verano, como es el caso de Biarritz. Sin embargo, la explotación urbanística de la costa atlántica francesa dista mucho de la que podemos encontrar en gran parte del litoral español, y concretamente, hoy ya, de algunas zonas de la costa gallega.

La región de Las Landas ha crecido económicamente mucho en la última década. Ha mejorado sus infraestructuras, sus vías de acceso y al mismo tiempo ha sabido mantener, conservar y promocionar un inigualable entorno medioambiental y paisajístico. En apenas 6 años, desde el 2000 hasta ahora, sus sector turístico ha crecido en torno al 30%, doblando así la media de crecimiento de Francia, que no debemos olvidar es el país número uno del mundo en cuanto a turismo receptor. De todo ese volumen de visitantes, Las Landas reciben en torno a 2 millones de personas al año. El ocio termal, las actividades deportivas como el surf, el golf, la vela o la excursión participan igualmente en el atractivo natural de Las Landas y hacen de la costa landesa el prometedor destino turístico que es hoy en día. Con un modelo basado en una hostelería de calidad, una fuerte promoción de la gastronomía local y sobre todo un escrupuloso control sobre el cuidado del medioambiente, el área de Las Landas es un destino perfecto para descansar, pero sobre todo es un destino perfecto para recibir inversiones de empresas que apuestan por un crecimiento sostenido y respetuoso con el entorno, y con el futuro. Veamos un ejemplo representativo. “La instalación en Hossegor de la sede europea de Billabong de la cual la casa madre se encuentra situada en la costa este de Australia estuvo motivada por razones económicas a la vez que geográficas. Las Landas están cercanas a los Pirineos y poseen algunas de las mejores olas del mundo. En Aquitania, la industria del deslizamiento es famosa y seguida y esta región multicultural beneficia de un marco de vida excepcional. Por último el desarrollo de las infraestructuras de carreteras, ferroviarias o de alto rendimiento ha sido importante en la toma de decisión” . La frase es de Franco Fogliato, e, Director General GSM Billabong Europe, una de las multinacionales más grandes e importantes de todo el mundo en el sector del surf.

El surf desempeña en el turismo de las Landas un papel realmente importante. Como decíamos, miles de personas pasan sus vacaciones en las playas del oeste francés cada año atraídas por la posibilidad de disfrutar de sus olas, así que gracias a ello han nacido innumerables escuelas de surf, tiendas especializadas, residencias, camping y hoteles especialmente acondicionados para este segmento de viajeros. Además, también hemos comentado ya un ejemplo, las principales compañías de la industria del surf (ropa, tablas, complementos, etc) han abierto sucursales y talleres en la zona, con lo cual, existe un sector consolidado y estable que se ve respaldado por la celebración de eventos deportivos de talla mundial en las playas de las Landas y con una fuerte implicación del surf en la población local que entiende que es un recurso realmente productivo, limpio y explotable a largo plazo. Es la sinergia entre fuerzas (medioambiente, calidad, cultura, surf) que reman en la misma dirección y de manera coordinada con los recursos de la zona la clave del éxito y la salud futura de la industria turística

¿Por qué razón no puede implantarse en Galicia un modelo similar? ¿Qué es lo que ha llevado a los gallegos a enfrentarse a la disyuntiva de elegir entre este modelo y un modelo por ejemplo similar al de las Islas Canarias? La Comunidad Gallega es, antes

que un destino paradisíaco de sol y playa pensado para el desarrollo urbanístico masivo de su litoral, un terreno perfecto para la extensión del turismo de aventura, para un turismo exigente, concienciado medioambientalmente y de calidad. Sin duda, nuestro mayor patrimonio, el más valioso, es nuestro hábitat medioambiental, y dentro del, indiscutiblemente, el mar.

Durante generaciones, situados en esta esquina de Europa, los gallegos han vivido y muerto en el mar Atlántico. La sociedad gallega, sus costumbres, sus ritos, su economía no son entendibles sin el Océano. Tanto es así que alrededor de esta relación se ha construido toda una serie de arquetipos sobre el carácter de los gallegos. Como sucede en todos los casos, la mayoría de estos arquetipos son falsos, generalizaciones simples que en nada explican la personalidad de la gente que habita un territorio. Ahora bien, lo que resulta indiscutible es la perpetua relación existente entre los gallegos y el mar.

Ahora, en el momento en que nuestra economía tradicional debe dejar paso a nuevas formas de construir el futuro, nos encontramos en el dilema del que hablamos; seguir los pasos por otras regiones e implantar un modelo de explotación extensiva que aporte rendimientos a corto plazo mediante la sobreexplotación de recursos, pero que, sin ninguna duda, no tendrá viabilidad futura, o bien, recurrir a nuestros propios recursos para sacara adelante una infraestructura turística viable y no generadora de distorsiones medioambientales y sociales.

Galicia tiene las condiciones para convertirse en un destino del turismo surf similar al País Vasco o Las Landas Francesas. En primer lugar, dispones de playas, cientos de ellas, buenas y malas para la práctica del surf, pero sin duda suficientes para resultar interesante recorrerlas. Para ello disponemos de una estructura de vías de comunicación eficiente, muy mejorada en los últimos años. Tres aeropuertos permiten a la Comunidad estar conectada con todo el mundo. Se trata de un entorno seguro y tranquilo, en muchas partes no masificado, con una importante oferta gastronómica y que goza de los atractivos culturales y de ocio suficientes para configurar entre todos ellos, una oferta fácilmente vendible a personas realmente interesadas en un turismo de calidad en entornos naturales sostenibles.