

# Un estudio etnográfico sobre el voley playa

■ DAVID MATA VERDEJO

Instituto Español Severo Ochoa (Tánger, Marruecos).  
Técnico de Voley Playa de la RFEVb.  
Seleccionador Nacional de Voley Playa 1990-1993

■ Palabras clave

Voleibol, Mintonette,  
Deportes californianos, Voley playa

## Resumen

Se estudia la evaluación histórica del voley playa desde su nacimiento como una variante recreativa del voleibol, incidiendo en la descripción de las señas de identidad subcultural de esta modalidad, abordadas desde la etnografía del deporte. Así, se estudiarán temas como la configuración de grupos autocerrados, el comportamiento ético del jugador de voley playa y las técnicas del cuerpo propias de los chicos de la playa o *beachboys*.

## Aproximación histórica

En 1995 la Federación Internacional de Voleibol conmemoró el Centenario del nacimiento del deporte del voleibol. En el colegio del YMCA (Young Men's Christian Association) de la localidad de Holyoke (Massachussets), el profesor de educación física William G. Morgan, recién graduado con veinticinco años, inventó un juego que denominó "mintonette" (Palou,

1992, p. 16). Aquel exótico nombre fue sustituido por el invento a propuesta del profesor del Springfield College, Alfred T. Halstead, buscando un nombre más atractivo y que correspondiera con la esencia del juego. La revista *Physical Education* definía en julio de 1896 el deporte de la siguiente forma: "*Volley ball is a new game which is preeminently fitted for the gymnasium or the exercise hall, but which may be placed out of doors. Any number of persons can play. The play consists of keeping a ball in motion over a high net, thus partaking of the character of two games-tennis and handball*" (Distel, 1995, p. 70).

Esta modalidad, menos intensa que el baloncesto, consistía en enviar un balón de vejiga de balón de baloncesto, a campo contrario por encima de una red que se situaba a una altura de seis pies y seis pulgadas (1,98 m). El nuevo deporte, colectivo y sin contacto, no requería un esfuerzo físico tan intenso como el baloncesto. Por lo tanto se adaptaba mejor a las características del grupo de alumnos, la mayoría hombres de negocios de mediana edad, como un doctor, el jefe de bomberos y el alcalde de la localidad (Shewman, 1995<sup>1</sup>, p. 66). Expandido a través de los colegios del YMCA por los Estados Unidos y algunos países asiáticos como Japón y China, llegó a Europa de manos de las fuerzas militares que participaron en la I Guerra Mundial. Se distribuyeron más de dieciséis mil balones de voleibol entre los Cuerpos Expedicionarios Americanos (FIVB, 1978, p. 23). Es curioso comprobar el papel de las actividades deportivas del ejército americano en las campañas militares: practicaron el surf en las costas de Extre-

mo Oriente durante la Guerra de Vietnam, y fue llevado al cine en la película *Apocalypse Now* por Frank Coppola. El voley playa fue, por otra parte, una ocupación de los tiempos de espera de la batalla en la Guerra del Golfo del año 1991 en el arenoso desierto arábigo. Esta influencia llega a España en 1920, registrándose su práctica en la playa de Mongat (Barcelona) por parte de turistas franceses (J y N. Palou, 1985, p. 17). Sin embargo, será después de la Guerra Civil cuando comience a extenderse por todo el país. Fueron las agrupaciones dependientes del Régimen Franquista, la sección Femenina y el Frente de Juventudes, las encargadas de dar a conocer a la juventud este deporte (Carrero, 1965, p. 12), creando sus propias competiciones años antes de que se constituyeran los organismos federativos de la modalidad. El profesor del INEF de Madrid, Luis Carrero, uno de los primeros técnicos nacionales que dio este deporte, nos señala cómo "el apogeo que alcanzó el voleibol en estas décadas entre las jóvenes españolas, a través de la Sección Femenina, hizo que en diversos grupos, como eran los técnicos de la Academia de Mandos, lo catalogaran como el "*Marica-Ball*" por considerarlo un "juego de mujeres".

En el campo administrativo, el voleibol, o balonvolea como se denominaba entonces, recorrió un largo periplo hasta la constitución de la Federación Española de Voleibol (1959), puesto que dependió de la Federación Española de Balonmano (1948-1950), Baloncesto (1950-1958) y de Rugby (1958-1959). A comienzos de los años cincuenta, los clubes fueron las entidades que desarrollaron las competiciones nacionales. El equipo Bomberos de

## Abstract

The historic evaluation of beach volleyball from its beginnings as a recreational variant of volleyball, emphasising in the description if the subcultural characteristics of identity concerning the ethnography of the sport, has been studied. Subjects such as the configuration of closed in groups, the ethic behaviour of the beach volleyball player and the body techniques exclusive to boys of the beach or beachboys.

## Key words

Volleyball, Mintonette, Californian sports, Beach volleyball

Barcelona acogieron esta modalidad importada por los parques de bomberos franceses, y alcanzaron el primer título nacional en 1951. Otros clubes de competición eran el Piratas de Madrid, el Hispano Francés y el Canoe. En ámbitos educativos, como eran los colegios mayores universitarios y centros de enseñanza, el voleibol comenzó a propagarse con fuerza en los años cincuenta y sesenta. Fueron los colegios religiosos los que sobresalieron en las competiciones nacionales. Padres Capuchinos de Murcia, Obispo Perelló de Madrid y ya en los años setenta, otros como Recuerdo y Salesianos (también en Madrid) fueron los centros de mayor renombre. En los años setenta, el nivel de los clubes españoles asciende enormemente con la participación en competición de equipos como el Real Madrid (que vence consecutivamente los campeonatos nacionales desde 1975-1976 a 1979-1980), el Atlético de Madrid (con tres victorias en la década) y el Son Amar, este último de Palma de Mallorca. En esos años el voleibol se estaba constituyendo como un deporte de competición capaz de llenar los pabellones deportivos de nuestro país. Sin embargo, adolecía de una cualidad característica de los deportes de espectáculo. A pesar de la continua exhibición física que exige el deporte (potentes saltos, rápidos desplazamientos, caídas para salvar un balón, remates de tremenda intensidad), la actitud psicológica de los jugadores en cancha era tremendamente discreta, fría y moderada. Los puntos se sucedían uno tras otro, con el aplauso del público y la contención de los jugadores. Nos señala el profesor Luis Carrero que “en aquellos partidos de los años sesenta y setenta, los jugadores apenas se animaban unos a otros ni se felicitaban por cada punto. Existía una gran discreción en el comportamiento de público y jugadores”. En los años ochenta, el voleibol registró un cambio significativo a nivel mundial de la mano del equipo nacional de los Estados Unidos. Y nuestro país recibió esta influencia vinculada a la modificación sustancial de las pautas de comportamiento de los jugadores de voleibol en la cancha de juego.

## ***La gran revolución en las pautas de comportamiento***

El equipo que se concentró en San Diego (California) para la preparación de los Juegos Olímpicos de Los Ángeles de 1984 estaba compuesto por jóvenes jugadores que provenían de ligas universitarias, la mayoría de ellos californianos asiduos en la práctica del voleibol playa. Tal fue el choque entre el carácter rígido y severo de un entrenador del medio oeste, Doug Beal y el carácter desenfadado de los jugadores californianos que varios de ellos cayeron en el camino de la preparación, siendo despedidos o abandonando la concentración. Muestra inequívoca de la clase y poderío de aquéllos fue su consagración como estrellas del voleibol playa (Sinjin Smith, Tim Hoffland, Randy Stoklos y Mike Dodd).

Del rigor, la meticulosidad y dureza del sistema de entrenamientos, unidos al talento y cualidades de los jóvenes jugadores que permanecieron en la selección, nació un equipo que dominó la competición mundial durante cuatro años (Juegos Olímpicos de Los Ángeles 1984, Copa del Mundo 1995, Campeonato del Mundo 1986, Juegos Panamericanos 1987, Juegos Olímpicos de Seúl 1988). Uno de los grandes líderes del equipo y también asiduo jugador de la playa, Pat Powers, señalaba que la clave de su éxito se basó en la motivación. La actitud del jugador en cada entrenamiento, en cada lance de juego, estaba cargada de “empuje” (*pushing*) entre los miembros del equipo. Cada jugador animaba y gritaba (*yelling*) al compañero, independientemente de que hubiera obtenido éxito o fracaso en la acción, se chocaban las palmas de las manos y se alcanzaba un estado de excitación que rayaba con la esquizofrenia (Powers, 1994, p. 120). La mencionada actitud no solamente servía como elemento de refuerzo positivo para las expectativas del equipo, sino que funcionaba como mecanismo de intimidación al contrario. Por ello, esta pauta de comportamiento se fue extendiendo tremendamente por el mundo del voleibol de competición hasta convertirse en técnica básica de relación intragrupal de los equipos de voleibol a cualquier nivel.

Chocar los cinco después de cada acción. Corear un grito de guerra o simplemente gritar para inculcar ánimo eran técnicas que pertenecían al modo deportivo californiano (en el que encontramos otros ejemplos, como la especial ambientación del equipo de baloncesto *Los Angeles Lakers*). Este modo de vivir el deporte con altas dosis de euforia y extroversión se encontraba en las playas de California cuando esa selección nacional de voleibol comenzaba su periplo de títulos intercontinentales. Por tanto, fueron los jugadores de voleibol playa quienes cambiaron el espíritu del voleibol, un juego que hasta los años ochenta se caracterizaba por un comportamiento social de los jugadores en la cancha bastante discreto y refinado. Como nos señala Miguel Ocón, jugador profesional en la liga americana en los años setenta y después seleccionador nacional español, “los jugadores americanos enseñaron al mundo del voleibol la importancia de los refuerzos externos en la motivación del jugador. El espíritu de equipo aumenta con la continua animación, celebración de conquista de puntos y minoración de los efectos de un fracaso con el apoyo de los compañeros. Mediante este espíritu, el jugador pierde el miedo al fracaso, se siente crecido y arropado por quienes le rodean. Y aquí también debemos incluir al público. Los americanos aprendieron a convivir con el público, a transmitirle la necesidad de apoyo, y a utilizarle en su provecho, incluso cuando se trataba de un público adverso a sus colores”. ¿Cómo fueron capaces los jóvenes californianos de cambiar el concepto de relación intragrupal del voleibol, y expandir su modelo a nivel mundial, cuando apenas tenían trayectoria en el mundo de la alta competición de ese deporte? La respuesta se encuentra en el medio social en que se desarrollaron, y en su deporte preferido: el voleibol playa. Contra algunas opiniones que sitúan esta modalidad como uno de los nuevos deportes vinculados a la denominada sociedad postindustrial (J. y A. Olivera, 1985, p. 17), queremos mostrar y de-

mostrar cómo a través de su prolongada trayectoria en la costa californiana se llegó a crear incluso una subcultura del voley playa varias décadas antes de que otros deportes como el windsurf o el skateboard exportaran la moda americana al Viejo Continente.

## Características del voley playa

El voley playa no es, por tanto, una modalidad reciente como otros deportes californianos que desarrollaremos en el horizonte marginal. En sus orígenes a finales de los años veinte se concibió como una variante recreativa del voleibol en los clubes de playa de Santa Mónica (California), como fue el Edgewater Beach Club. En 1930, cuatro jóvenes: Paul Johnson, Charley Kahn, Bill Brothers y Johnny Allen juegan el primer partido de voley playa registrado (Smith y Feineman, 1988, p. 2) con dos jugadores por equipo, y no seis como el voleibol. La nueva modalidad (*beach volleyball*) se presentaba como una afición para los chicos californianos de la playa (*beachboys*) sobre todo para los momentos y días en que las olas no eran buenas para surfear. Este binomio surf-voley playa continúa siendo en nuestros días un denominador de los jugadores californianos de voley playa, a pesar de que su progresiva profesionalización hacia este deporte haya relegado el surf a una ocupación de ocio y no de negocio.

La reducción del número de jugadores por equipo conllevó profundas modificaciones en las pautas de comportamiento de los practicantes. Como señalamos a comienzo del apartado, el voleibol nació con el espíritu de ser un deporte poco fatigante. El tamaño reducido de cada campo (cuadrado de nueve metros) compartido por seis jugadores confiere la posibilidad de disfrutar y participar de un juego de equipo, ya sea en un nivel recreativo o agonístico, sin “pagar un precio demasiado elevado de fatiga, riesgo, automortificación, autocontrol y exasperación” (Antonelli y Salvini, 1982, p. 223). Incluso en niveles de alta competición encon-

tramos las consecuencias psicológicas de la práctica de esta modalidad. Así, los estudios de Naul y Voigt llegaron a la conclusión de que el rasgo típico del equipo nacional de la República Federal Alemana era “el elevado nivel de expunitividad”, a lo que acompañaba una débil capacidad autocrítica y escasa inclinación al sacrificio (ibidem). En contraposición al voleibol, el voley playa exigía una distinta redistribución del espacio de juego y de las responsabilidades de los jugadores en la cancha. Dos personas deben cubrir un cuadrado de 9 x 9 metros que en voleibol es cubierto por seis jugadores. Ya de poco valen las excusas o la búsqueda de culpas en errores de otros compañeros. La esencia del juego del voley playa se fragua sobre el compromiso de compañerismo a ultranza, un vínculo de pareja casi marital (Mata *et al.*, 1994, p. 207). Los jugadores de playa californianos incorporaban varias ventajas más sobre la población del voleibol convencional de pista. En primer lugar, el medio en que se desarrolla, como es la arena blanda de la playa, supone una dificultad añadida para el jugador a la hora de realizar los desplazamientos y saltos. Este medio, que lo consideramos como un sólido deformable no rígido o un fluido muy viscoso (Mata *et al.*, 1994, p. 23) disminuye la capacidad de salto vertical en comparación a la pista de voleibol. Pero esta sobrecarga dota a las piernas del jugador playero una enorme potencia, que trasladada al pabellón se convierte en un espectacular salto vertical. Por lo tanto, el entrenamiento de la playa otorgaba a estos californianos una ventaja añadida sobre los jugadores de medio oeste o de la costa atlántica. En segundo lugar, el medio social de estos jóvenes se vincula a la playa y al voley playa. La totalidad del tiempo libre se disfruta en la playa practicando el deporte sin descanso, por lo que el nivel de juego alcanza altas cotas incluso antes su madurez. La tradición de jugar partidos uno detrás de otro, “*over and over*” hasta que cayera el sol se combinaba con la necesidad de la victoria para mantener la posición en el campo y poder seguir

jugando hasta que una derrota o la fatiga impulsaran a dejar el campo de juego a otra pareja. En esa dinámica, los jugadores se veían motivados por la constante presión de buscar la victoria para seguir ocupando la cancha y jugando. Ante tal ambiente de exigencia competitiva, los jóvenes californianos sin duda fortalecieron el aspecto psicológico de la persona y alimentaron la base de lo que se dio en llamar la clave del éxito del voleibol americano en los años ochenta: el “*terrible will to win*” o deseo irrefrenable de conseguir la victoria (D. Beal y P. Murphy, 1989, p. 2). Ejemplo de la dedicación hacia este deporte fue Ron Von Hagen, jugador de los años sesenta y setenta, convertido en leyenda por su extraordinario palmarés y especial forma de preparación, en la que incluía la alimentación especial y el trabajo de musculación. Por supuesto, la base del campeón se asentaba en la práctica exhaustiva. “Durante dieciocho años, Von Hagen hizo mayoritariamente una cosa: jugar a voley playa” (S. Byron, 1995<sup>2</sup>, p.95).

A pesar del total amateurismo de aquellos jóvenes, el nivel de competición en que participaban se situaba en el más alto nivel del voleibol, y durante décadas, los mejores jugadores americanos de voleibol procedían de California y han practicado el voley playa asiduamente. El caso más llamativo que une las tradiciones del voleibol y del voley playa ha sido Karch Kiraly. En 1977, conduce al instituto de su localidad (Santa Barbara High School) a finalizar imbatidos en el campeonato. Un año después, consigue el mismo propósito participando con la Universidad California Los Ángeles (UCLA). En 1978, con diecinueve años y acompañado de otro joven californiano (que estaría llamado a ser el jugador más dominante de la historia del voley playa mundial), Sinjin Smith, derrotaron a todas las parejas consagradas en los cinco torneos Open que disputaron. Los triunfos elevaron su fama en los siguientes años, hasta que se alistó en el equipo nacional de voleibol, destacando como el jugador más valioso y providencial del conjunto que al-

canzó dos medallas de oro olímpicas consecutivas y otros títulos internacionales, como señalamos a comienzo del apartado. Para honrar tal derroche de talento sobre la pista, el Presidente de la Federación Internacional de Voleibol, Dr. Rubén Acosta, creó la distinción “El Mejor Jugador del Mundo” para entregársela en 1986. Acosta señaló que Kiraly representaba “el prototipo de lo que un jugador de voleibol debería ser” (FIVB, 1987, p. 110). Después de haber ganado todas las competiciones por naciones, Karch Kiraly partió, con un contrato de medio millón de dólares por año, con su compañero Steve Timmons a la conquista de Europa, participando dos temporadas con el equipo italiano *Il Messaggero* de Rávena en la más potente liga mundial, como es la italiana. Tras la conquista del campeonato italiano en la primera temporada, en la que vencieron todos los partidos (por enésima vez en su vida), el club duplicó la cuantía de la ficha del contrato para el segundo año. La vuelta de Kiraly a América estuvo acompañada por un dilema: volver a la selección nacional para luchar por la tercera medalla consecutiva en los Juegos Olímpicos de Barcelona, o cubrir una asignatura pendiente desde su juventud: adquirir el título de *King of the Beach*, consagrarse como figura del voleibol playa. Inclinado por esta segunda inquietud, no tardó en erigirse en el jugador más valioso (*Most Valuable Player*) del circuito nacional de la Association of Volleyball Professionals. En 1992, junto a su compañero Kent Steffes, ganaron 13 torneos consecutivos. Los años posteriores se colmaron de títulos, hasta que, con treinta y cinco años, y con ese mismo compañero, alcanzaba su tercera medalla de oro olímpica en los Juegos de Atlanta-96, donde esta modalidad debutaba en el programa olímpico. Sólo una lesión apartó al ya veterano jugador de participar en los juegos de Sidney-2000. La versatilidad y longevidad de las habilidades del jugador quedaban una vez más de manifiesto. Su figura, como estandarte y embajador de ambas modalidades, muestra que voleibol y voleibol playa compartían en su vida el mismo espíritu e inquietud, como práctica agonística.

## Pautas de comportamiento del voleibol playa

Es, sin embargo, el voleibol playa una modalidad cargada de peculiaridades antropológicas por haberse constituido en el punto central en torno al cual se estructuran grupos humanos que denotan técnicas, rituales y pautas de comportamiento específicas. En su trayectoria a través del tiempo hasta nuestros días, encontramos algunos cambios significativos, otros aspectos que han evolucionado paulatinamente, y algunos que siguen constituyendo la esencia de este deporte. Vamos a abordar a continuación algunos de los aspectos que no hemos analizado en el punto anterior, por considerarlos específicos de la subcultura del voleibol playa, como son: las técnicas de vestido, hábitos de comportamiento, y las consecuencias de la popularización del deporte.

### Técnicas de vestido

Al voleibol playa se ha jugado tradicionalmente con una sola prenda de vestido, el bañador. Si hojeamos la bibliografía de la historia de este deporte, contemplaremos cómo desde los primeros torneos californianos de los años cuarenta, hasta la profesionalización del deporte en los ochenta, los jugadores exhibían sus cuerpos bronceados con el pantalón corto como única indumentaria. Sin embargo, en nuestros días, por influjo de diversos factores (tecnológico, comercial, estético), el deportista ha multiplicado su vestuario de juego. Como en otros casos, contemplamos una exportación mayoritariamente americana de los nuevos equipamientos, fruto de la comercialización y la sponsorización de los jugadores con los productos que viste.

Un jugador profesional y un joven aprendiz pueden llegar a vestir exactamente igual, y lucir los mismos complementos corporales. Sin embargo, las inquietudes albergadas con su uso no son exactamente las mismas. Los tres grupos de factores mencionados han supuesto la masiva incorporación de elementos al equipamiento de voleibol playa. Una vez establecidos, se convierten en exponentes de esa sub-

cultura, y en nuevo jugador que se aproxima a esta modalidad, lo primero que siente, es la necesidad de imitar los modelos de los campeones para adquirir los signos externos de pertenencia a esa subcultura. Siguiendo en una escala descendente comenzaremos por la cabeza. La cabeza se protege con una gorra con visera. Este apéndice protege al jugador de la exposición de la cara y los ojos al sol. En caso de que, por la posición del jugador en el campo, el sol castigue la espalda del deportista, es usual dar media vuelta a la gorra para que la visera cubra la nuca. Como la visera debe permitir un movimiento ascendente y descendente, para adecuarla al sol, las viseras de los jugadores pueden llevar serigrafiado el logotipo publicitario tanto en su parte superior como en la inferior, para que cuando el jugador lleve la visera subida la publicidad siga siendo visible. Existen otros modelos de visera que dejan al descubierto la cabeza. Con ello el cabello queda libre del enclaustramiento de la gorra. La visera está cubierta en la parte interna, que se apoya en la frente y el nacimiento de los cabellos, por una tela de toalla de tacto suave y que recoge el sudor del deportista.

La cara recibe varias técnicas de tratamiento. La primera de ellas es la aplicación de cremas bloqueantes de rayos solares, que inciden sobre todo en los puntos prominentes de la cara: nariz, pómulos y labio inferior. Con este tipo de crema se protege a estos puntos de las abrasiones solares. Al margen del carácter higiénico-preventivo, se incorpora el elemento estético. Estas cremas se comercializan con diferentes tintes de color, con lo que los jugadores pasan a utilizarlas como pinturas de guerra. Una o dos franjas oblicuas de color cruzan diagonalmente pómulos y mejillas del jugador como si de indios apaches se tratara. Los jugadores brasileños utilizan estas cremas con el color amarillo, símbolo deportivo de su país. Otro elemento que realiza la función prioritaria de freno a la acción solar son las gafas. En los años ochenta, el desarrollo tecnológico de las gafas deportivas se diri-

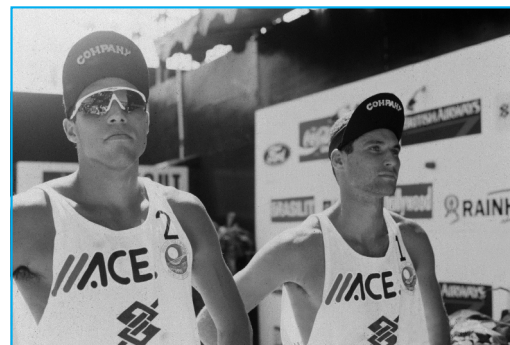


gió a la obtención de compuestos plásticos ultrarresistentes a la rotura. En voley playa, el impacto del móvil con la cara del jugador es una situación común en el juego. Si la pantalla de la gafa se rompiera, produciría lesiones severas en el órgano de la visión por lo que los fabricantes se han esmerado en crear lentes inquebrantables. Las gafas presentan todos los elementos desmontables, para poder ser sustituidos individualmente en caso de rotura o cambio en las circunstancias ambientales. La pantalla es única; no responde a la distribución tradicional de asignar un cristal a cada ojo. En voley playa se utilizan pantallas que se sujetan fácilmente a la montura en la parte superior, pudiendo ser intercambiada por otra con tamaño o color diferente según la intensidad de luz solar. Por su parte, el soporte nasal de la montura se realiza en materiales elásticos, como el caucho, para evitar así las incisiones en la nariz en caso de impacto. Las patillas de las gafas, por último, también en plástico, pueden llevar dos partes deslizantes una sobre la otra a fin de permitir el ajuste necesario de tamaño dependiendo del individuo que las lleve.

Continuando con la indumentaria, alcanzamos el miembro superior del deportista. Aunque poco frecuente, algunos jugadores de alto nivel se colocan un brazalete de paño en un antebrazo. Este atuendo se utiliza para limpiar el sudor de la frente del jugador. Por tanto, la colocación de tal aditamento no es casual, sino que responde a un claro razonamiento: Esta zona del cuerpo no entra en contacto con el balón e incluso durante las acciones defensivas en que el deportista debe lanzarse al suelo para evitar que el esférico no toque el campo, esta es la zona corporal que menos se mancha de arena. Al realizar la acción de secado del sudor, el jugador no restregará la arena por su propia cara. También los antebrazos pueden servir de soporte publicitario entre deportistas de competición, a través de calcomanías. Esta técnica infantil de implantar tatuajes fácilmente eliminables fue introducida en

este deporte por los jugadores franceses Christian Pénigaud y Philippe Jodard a comienzos de los noventa, para lucir el anagrama de su patrocinador en las competiciones internacionales y eludir así la rigurosa reglamentación acerca de la disposición de espacio publicitario en la equipación de juego.

El reloj de pulsera figura en el deporte de competición como un elemento prohibido. Durante la celebración de un partido de cualquiera de los deportes colectivos por excelencia (fútbol, baloncesto, balonmano, voleibol, rugby, béisbol o fútbol americano) los jugadores tienen prohibido el uso del reloj. El árbitro manda detener el partido y ordena retirar el reloj al deportista que olvidó quitarlo. Incluso existe una tradición educativa generalizada de enseñar a los jóvenes deportistas a quitarse el reloj antes de jugar para no lesionar a otra persona o autolesionarse (esto último, sobre todo en el béisbol). En el voley playa, sin embargo, la tradición de los jugadores de conservar el reloj de muñeca durante el transcurso de los partidos ha prevalecido sobre las fuerzas de control reglamentario. En estados Unidos, el circuito profesional está coordinado por los propios jugadores a través de la AVP. Por tanto, los jugadores velan por sus propios intereses y han mantenido la permisividad del uso de este adorno a su propio riesgo. Estos jugadores saben que tanto la localización del reloj en un área de escasísimo número de contactos con el balón, como por las características materiales del mismo, no se producen daños corporales a consecuencia de un impacto del balón. El estilo de reloj de estos deportistas de playa presenta un aspecto juvenil, de vivos colores, poco voluminoso y fabricado en plástico resistente. Apenas se conservan elementos metálicos (como la manija del cambio de hora); incluso la correa y el cierre son plásticos para no dañar la piel. No son relojes exclusivos de jugadores de voley playa: son líneas de diseño dirigidas asimismo para el surf, windsurf, bicicleta de montaña, y otras modalidades que se han denominado, por su estética, "deportes californianos" (E. Laraña, 1986, p. 10).



Jugadores brasileños.

La influencia de la moda americana de jugar con reloj se ha expandido a otros países donde se practica este juego, y en las competiciones internacionales se han producido interesantes procesos de aculturación. Por ejemplo, durante el Campeonato del Mundo del año 1991, celebrado en Río de Janeiro, un árbitro brasileño, experimentado en voleibol pero con escasa trayectoria y conocimiento de la subcultura del voley playa, avisó a un jugador americano para que se retirara el reloj antes del partido (como habitualmente comprueba un árbitro antes de un partido de voleibol). El deportista le ignoró y siguió el calentamiento previo al encuentro. Tras la reiteración del aviso arbitral, el jugador comenzó una impetuosa discusión con aquél en defensa de su adorno, alegando que a nadie podría perjudicar excepto a él mismo. La intervención del árbitro principal del partido puso fin a la discusión. El jugador se quedó con el reloj puesto y el recién llegado árbitro comprendió que el voleibol y el voley playa se mueven con impulsos personales diferentes. Nos queda la pregunta, ¿por qué se lleva reloj durante un partido? Nosotros hemos contemplado cientos de competiciones con equipos de alta competición y jamás hemos visto a un jugador mirando la hora durante un partido. En voley playa el tiempo no cambia nada las cosas. No hay lugar para poco vale que sea un poco antes o un rato después de lo que se pensaba. El quintuple campeón del mundo de esta especialidad, el americano Sinjin Smith, nos daba una explicación muy simple: "it makes money". El reloj, adquiere por tanto una utilidad ajena a su fin esencial (el control del tiempo a través



Los diseños de vestuario de las profesionales son libres.

del adorno corporal). El reglamento oficial de la FIVB prohíbe, desde 1996, taxativamente el uso del reloj. Ese elemento adquiere enorme interés para las empresas fabricantes, puesto que el propio desarrollo del juego lo coloca en una posición envidiable. El voleibol se juega esencialmente con toques realizados con los antebrazos y las manos. El reloj queda en medio, sin intervenir en la acción, pero apareciendo en todas las imágenes junto a los estandartes del juego: el balón de cuero de dieciocho paneles y el brazo del jugador. Por debajo del nivel de la alta competición, encontramos jugadores aficionados que asimismo practican el voleibol con el reloj de muñeca, sin recibir dinero por ello, e incluso pagando la compra y las reparaciones de los mismos. Los jóvenes jugadores captan el espíritu del jugador de voleibol como el de una persona con reloj. El proceso de imitación surge, al igual que en otros procesos, desde la jerarquía y el poder, en este caso del rendimiento físico.

Como señalábamos al comienzo, la vestimenta original y reglamentaria de juego ha sido el pantalón corto en la modalidad masculina. Tradicionalmente y hasta ahora se emplea el tejido de traje de baño, a fin de poder darse un refrescante

“chapuzón” en el mar, una vez finalizado el entrenamiento o después de un partido. Tras el mismo, este tejido que combina algodón y poliéster reduce el tiempo de secado del mismo y evita que el jugador permanezca un tiempo prolongado con la ropa mojada. Esto constituiría un inconveniente importante en caso de que el deportista jugara otro partido a continuación, al pringarse de arena el bañador mojado. Otra de las características de los pantalones de voleibol son los bolsillos. La mayoría de los modelos llevan bolsillos para transportar pertenencias de tamaño reducido. Durante la práctica deportiva, los bolsillos quedan vacíos para no perderlas. Pero podrían llenarse de arena que incomodaría algunas acciones y gestos de caídas al suelo. Por ello, los fabricantes han resuelto el problema introduciendo bolsillos con paño calado, que evita la acumulación de arena.

La camiseta de juego ha constituido un elemento de reciente institucionalización. Con ello indicamos el poder de los organismos oficiales (como las federaciones deportivas), e intereses comerciales (patrocinadores). En las primeras competiciones americanas, de carácter aficionado, el equipo ganador obtenía como premio un lote de productos, como podía ser un barril de cerveza, unas camisetas o unos dólares (D. Mata y G. Encarnación, 1993, p. 76). Los jugadores ataviados con el pantalón corto, lucían el torso joven y fornido al descubierto. El espíritu de la imagen del *californian lifestyle* estaba muy presente en estas competiciones que si bien no concedían sustanciosos premios, sí constituían un acontecimiento social en las playas californianas de Hermosa Beach, Sorrento, Redondo, o Manhattan Beach. Las camisetas de hombres comenzaron a extenderse en los años ochenta coincidiendo con el creciente proceso de comercialización de esta modalidad. Los jugadores encontraron en la industria de la ropa deportiva una fuente extraordinaria para obtener ingresos complementarios cuando estas compañías comprendieron el amplio mercado que se abría ante su horizonte, marcado no sólo por el creciente interés hacia el deporte

sino por la expansión de la ropa deportiva en el resto de la población. La empresa Sideout, aparecida en 1983, se constituyó como la primera compañía americana que diseñaba ropa de esta modalidad. Años después estaba expandida por comercios de medio mundo (Volleyball, 1995, p. 95). A diferencia de otros modelos de organización deportiva, las competiciones organizadas por la asociación americana de jugadores (AVP) mantiene la independencia del jugador y la fuerza del individualismo en su reglamentación. Aunque los equipos se compongan de dos jugadores, cada uno de ellos puede ir ataviado con los modelos que él mismo elija según sus gustos y las líneas de moda de su patrocinador. Por lo tanto, ambos jugadores aparecen en el mismo campo de juego con modelos y colores diferentes. Las competiciones organizadas por las federaciones deportivas conservan, por su parte, las líneas formales básicas de sus reglas. Los participantes de un Campeonato del Mundo no saltan al campo como dos jugadores playeros que han hecho de su modalidad un modo y un medio de vida, sino como deportistas de alta competición uniformados según los estrictos reglamentos de la Federación Internacional de Voleibol, que en su Manual estipula incluso las dimensiones de los espacios publicitarios y la ubicación exacta de los distintos anagramas oficiales (FIVB, 199, p. 23). En los primeros años de los noventa, la FIVB incluso optó por una medida intermedia, de acuerdo con las solicitudes de los jugadores. La camiseta pertenecía a la organización del torneo, y debía ser entregada al jugador para que la vistiera. El pantalón quedaba como prenda propiedad de cada jugador para vestir según sus gustos y compromisos individuales. Posteriormente, esta asociación internacional pasó a exigir la equipación similar en el pantalón de los componentes del equipo. A nivel de competición nacional, nos encontramos con un modelo similar inspirado en el anterior. Debemos pensar que para los patrocinadores, la presencia comercial en las camisetas de juego aumenta la rentabilidad publicitaria, puesto que son los jugadores quienes

aparecerán en imágenes de los distintos medios de comunicación.

La modalidad femenina presenta características similares con la masculina en lo referente a la evolución de la vestimenta. Del bañador de una o dos piezas de elección individual se ha pasado a la equipación oficial en dos piezas (pantalón y top) para las competiciones internacionales. En la asociación profesional de jugadoras americanas (WPBA) se mantiene la libertad individual para elegir el tipo y diseño del vestuario.

En cuanto a las prendas de vestido ajenas al equipamiento estrictamente de juego, debemos englobarlas en un grupo mayor y ciertamente homogéneo que forma el vestuario de los deportes de playa (en los que se incorporan otras modalidades importantes y de gran tradición como el surf y el windsurf). La industria comercial californiana se ha ocupado de vestir enteramente al deportista de sus playas no sólo para mostrar su rendimiento físico, sino también para desarrollar su vida social. Pantalones largos, amplios y desenfadados, de colores brillantes, sudaderas con capucha y prendas de abrigo impermeables para días desapacibles, que permiten al jugador seguir manteniendo su imagen social una vez finalizada la tarea deportiva (situación análoga con los practicantes del windsurf). Queremos señalar en conclusión que la playa, como medio geográfico para la práctica deportiva, exige un alto nivel de cuidados corporales, higiénico-sanitarios y nutricionales. Las largas jornadas de entrenamiento o competición enseñan al jugador a resguardarse del sol mientras la piel no esté bronceada; a utilizar cremas y productos protectores; a llevar preparada ropa de abrigo no sólo para el frío, sino para el calor o una lluvia repentina.

### Consideraciones sobre el machismo

Probablemente, para alguien ajeno al voleibol playa una de las escasas referencias que haya podido recibir sobre esta modalidad pertenece al tipo de personas que lo

practican: Musculosos y bronceados. Detrás de tal apreciación física, se encuentran presunciones acerca del carácter marcadamente promiscuo y exhibicionista de tales deportistas. Acerca de la primera opinión hemos ahondado en el apartado anterior. No cabe duda de que la práctica de esta actividad desarrolla la musculatura del aparato locomotor, y que la exposición prolongada al sol concede un tono moreno a la piel como mecanismo de adaptación. Pero bronceados también quedan las multitudes de personas que después de untarse cremas, pasan horas y horas tumbados en una hamaca o en la toalla con la única intención de tostar la piel. Respecto al tópico que sitúa a los jugadores de voleibol playa como incansables *playboys*, debemos retroceder hasta los años cincuenta para recuperar las raíces de la cuestión. En aquella época, el voleibol playa había adquirido cierta repercusión social en las playas de California. Los torneos locales ponían en competición a los mejores jugadores de la zona. La pareja que a la postre resultaría ganadora del torneo de State Beach del año 1954, estaba formada por Bernie Holtzman y Gene Selznick. Consiguieron a través de un amigo convencer a la estrella de la revista de Hollywood *Panama Tops*, Greta Tyson para que fuera la reina del torneo. La presencia en el campeonato de la diva californiana y los besos con que obsequió a los ganadores del mismo se convirtieron en portadas de revistas y reportajes televisivos. El voleibol playa se daba a conocer por los medios de comunicación al tiempo que la actriz de Hollywood señalaba que había encontrado a los hombres del voleibol playa “*incredibly sexy*” (Smith y Feineman, 1988, introducción).

En aquellos años, en que prevalecía el espíritu de la diversión (*fun*) y el amateurismo por encima de la disciplina de la profesionalización, las fiestas en casas de jugadores, clubes de playa y bares se constituían como instituciones en el grupo de jugadores y allegados. El propio Selznick, además de pasar a la historia del deporte por ser el más grande jugador de su tiempo, sobresalió por su espíritu de beachboy



Randy Stoklos, “King of the Beach”, casi una década, la imagen del beachboy.

a la manera hawaiana: fue un gran animador de veladas, organizador de fiestas e incluso capaz de coger el micrófono en un torneo para divertir al público que allí se había congregado. Bailarín de noche, jugador de día, y enfrentado contra el poder de la Federación Americana de Voleibol por su lucha para modernizar las reglas del deporte, marcó un hito en la historia de su deporte (B. Shewman, 1995<sup>2</sup>, p. 92). Uno de sus competidores más aguerridos, Mike O'Hara señalaba que, incluso sin que hubiera grandes trofeos o premios en metálico, “terminar siendo el rey de la colina concedía un status real. Las mujeres morirían por quedar contigo; los hombres luchaban para hacerse tus amigos” (Smith y Feineman, 1988, p. 20).

Desde la perspectiva de esos primeros torneos, se asiste a una especial comunión específica del jugador con el público de esta modalidad. El voleibol playa es la actividad prioritaria y muchas veces exclusiva de las actividades físicas que se realizan en la arena de la playa (con ello se excluyen las marítimas como el surf). Los aficionados pueden sentarse a pie de pista y contemplar el desarrollo del juego y las acciones de los jugadores. Solamente en los años noventa, los campeonatos profesionales han exigido al es-

pectador el pago de una entrada para presenciar los partidos. Hasta entonces, los más madrugadores acudían a colocar su silla de playa a pie de la pista central para tomar posiciones horas antes del comienzo de la jornada. Otros simplemente se sentaban en la arena o lo veían desde el muelle o el paseo. El torneo de Manhattan Beach (Los Ángeles), instaurado en 1960, ha significado el absoluto colapso de la playa desde la primera hora de la mañana en aras de ocupar un lugar con buena visión.

Los campeones de voley playa se erigieron en modelos a seguir de los jóvenes de playa, quienes copiaban su ropa, bañadores e incluso seguían a estos jugadores a los locales de moda (*ibid.*, p. 47). El jugador americano Sinjin Smith, dominador del juego durante la década de los ochenta (venció más de ciento treinta torneos oficiales) señalaba cómo desde su niñez en los años setenta percibió el gran carisma social de los jugadores de voley playa: “Puedo acordarme cuando estaba en séptimo curso y quería jugar a un *deporte de chicas* como el voleibol. Pero había visto a aquellos chicos jugando y sabía que eran más que héroes vivientes” (N. Feinman, 1990, p. 111). Con el progresivo aumento del dinero para premios en los años setenta, se asistió a la segregación de este colectivo en dos bandos: aquellos que acudían a los torneos por negocio, y quienes mantenían el espíritu originario de la diversión. Salir por la noche a bailar, divertirse, beber, y si se terciara, conquistar una mujer antes de retirarse era la primera parte del desafío. La segunda sesión llegaba a la mañana siguiente. Era menester demostrar que aún sobraban fuerzas para saltar a la cancha y vencer a cualquier rival que se cruzara en el camino del título. Tal dualismo de inquietudes (la del ocio nocturno y el rendimiento deportivo) han sido y son muy malos amigos, sobre todo cuando el nivel de competición alcanza cotas de total especialización. Los deportistas necesitan estar al cien por cien en todas sus cualidades físicas y coordinativas. No cabe duda de que un corto descanso

en la noche anterior, unido al consumo de alcohol, deja menguadas estas condiciones para la mañana siguiente. Éstos son hábitos contrarios al entrenamiento biológico e invisible (C. Álvarez del Villar, 1985, p. 725).

Sin embargo, dicha costumbre se constituye como una exhibición de gallardía, un rito de afirmación de machismo que hemos tenido ocasión de contemplar en lugares donde se practica el voley playa en estos años a un nivel aficionado similar al que se vivía en la California de los sesenta-setenta. El jugador brasileño Marco Tullio, subcampeón del Mundo en el Campeonato de Almería-1991, nos definía a estos jugadores como “los últimos románticos”. Del jugador *Atila*, Tullio nos señalaba que “cuanto más tarde volvía por la noche, mejor jugaba al día siguiente. Era increíble, lo hacía todo bien, sin mostrar ningún miedo o nervios, o síntomas de fatiga”. En años posteriores, este tipo de jugadores apenas conseguía avanzar en los cuadros de competición, siendo su participación una presencia casi simbólica en la misma. En España, la organización del I Circuito Nacional de Voley Playa por parte de la Federación española de Voleibol significó el pistoletazo de salida de esta modalidad a nivel competitiva en nuestro país. En aquel campeonato, así como en los tres siguientes, el trabajo de este doctorando al frente de la dirección técnica permitió un conocimiento directo del ambiente social original creado por el grupo participante, y de las costumbres que fueron naciendo y desapareciendo.

En lo que respecta a este apartado, consideramos que existe un fenómeno de convergencia respecto a otros países, puesto que encontramos un fenómeno análogo de ambiente social nocturno sin que existan elementos que pudieran evidenciar una influencia de elementos externos a ese nivel. Los deportistas acudieron a la llamada de la competición. Algunos eran jóvenes procedentes de lugares costeros (Almería, Málaga, Huelva) que habían comenzado a entrenar con sus pequeños grupos de playa. Otros eran jugadores consagrados del voleibol, semiprofesio-

nales de esta actividad con inquietudes de buscar un sobresueldo veraniego. Por último, se registraban parejas provenientes de provincias del interior, como Madrid o Valladolid, con escasa adaptación física al medio playero. Desde el primer torneo se evidenció que la diversión era el factor dominante entre las inquietudes de la mayoría de los equipos. Los viernes por la noche, después de celebrarse la ronda previa del torneo, era común asistir a las mejores discotecas de la localidad. Debido a que los lugares de celebración de los torneos eran zonas con gran implantación turística (Puerto de Santa María, Marbella, Gandía, Salou) o grandes municipios (Coruña, Barcelona, Alicante-San Juan), existía una gran animación turística allá donde llegaba el campeonato. Si a esto le unimos que los patrocinadores de los distintos circuitos han sido bebidas alcohólicas (Ballantine's y J&B) nos encontraremos a un nutrido grupo de jugadores bailando en las discotecas de moda con las invitaciones de copas en el bolsillo. Otros se conforman con dar un paseo con su pareja de equipo antes de ir a descansar. En la discoteca, los jugadores de voley playa enseguida destacan. En un lugar de playa, los jugadores pueden estar menos bronceados que el resto de veraneantes, pero no es casualidad que haya un grupo de jóvenes de un metro noventa de altura con camisetas de vestir de voley playa con vivos colores. Muchas veces, anunciado por el pinchadiscos, los jugadores se convierten en centro de atención en el establecimiento.

En contraposición a otros colectivos cervancieros (como los jugadores de rugby o los moteros), estos jóvenes acostumbran a beber cubalibres de whisky, no sólo porque los patrocinadores les conceden algunas invitaciones. Esta tradición ya la observamos años atrás cuando algunos de estos jóvenes estaban enrolados en equipos de voleibol, y acudían a las mejores discotecas de su localidad, donde, casi por arte de encantamiento, conocían a las camareras que les invitaban frecuentemente a copas. Cuando acompañamos a algunos amigos pertenecientes a equipos de División Nacional, en algunas



noches, debemos señalar que disfrutaban de los mejores ambientes discotequeros sin que sufriera su cartera. La imagen social de aquel tipo de deportistas, de gran porte físico, elegancia al vestir y maneras educadas siempre encajó bien con la imagen prototipo del cliente masculino que las discotecas quieren tener. Los más apuestos y físicamente agraciados de los jugadores se visten para la ocasión. Uno de ellos, con su estatura cercana a los dos metros y el largo cabello rubio, conocido como “el vikingo”, asiste a la discoteca con otro jugador. Ambos visten botas camperas (a pesar de la temperatura veraniega) que todavía les hacen resaltar más en el local. Volviendo al ambiente nocturno del voley playa, encontramos a las azafatas del torneo, contratadas por la marca de bebidas, en la discoteca trabajando como relaciones públicas, entregando obsequios y difundiendo la imagen del torneo que se está celebrando en la localidad. Estas señoritas, escogidas teniendo muy presente su imagen física, tienen tajantemente prohibido por los organizadores las relaciones de pareja con los jugadores. En caso de transgredir tal acuerdo, y conocerse o sospecharse algún romance, la jovencita desaparece de la plantilla de trabajadores en el siguiente torneo.

En esta circunstancia de total fraternidad entre los jugadores, y desinhibición de los temores y pudores por el efecto del alcohol y la euforia, el arte de la seducción se convierte en una operación de caza. Algunos de ellos, después de resultar rechazados en varias ocasiones, apenas discriminan según su gusto personal y lanzan ataques indiscriminados con el único objetivo de una conquista sexual. Se les oye llamar a las mujeres “gallinas”. Aquel que ha sido correspondido por una mujer se puede considerar afortunado: Después de pedir y suplicar a su compañero de equipo y habitación que retrase un poco su marcha a dormir, desaparece de la discoteca en dirección al hotel en que se hospeda. A la mañana siguiente, las caras de cansancio y sueño se tratarán de disimular antes de la competición. Nadie hablará o comentará

acerca de su cansancio o de las pocas horas de descanso. En todo caso, sí encontraremos en algún suceso nocturno como tema de comidilla relatado en clave de humor que sin duda enaltece al protagonista y reafirma su status de chico de playa, mujeriego y desenfadado. Incluso asistimos en la localidad de Laredo en 1991 a contemplar cómo una de las parejas locales, que gozaban de todo el apoyo del público, llegaban con retraso para participar en las semifinales de una prueba del circuito nacional. Con más de doscientas mil pesetas para la pareja ganadora del torneo, una cifra superior al sueldo de estos jóvenes como técnicos deportivos en la localidad, no parece una cantidad despreciable como para dejarla pasar por una noche de diversión, alcohol y chicas. Para esos jóvenes aficionados del voley playa, la lógica y el razonamiento parecen encontrarse al otro lado del campo de juego. Ante la absoluta desesperación de su entrenador, llegaron los jugadores al campo con evidentes signos de haberse mantenido toda la noche en “vigilia alcohólica” acompañados de un grupo de jóvenes señoritas practicantes de voleibol. De poco valen los intentos de gallardía cuando el equipo rival es igual o mejor y se encuentra en una situación física y psicológica apta para competir. La pareja local, a pesar del jaleo de su afición y de su tosco empeño, fue materialmente borrada de la pista por sus oponentes. Irresponsabilidad, inmadurez, sobrevaloración de las propias fuerzas... Éstos y otros razonamientos nos acercan a comprender el fenómeno humano. Pero quizá la mejor definición para estos grupos sería la de “perpetuos adolescentes” con que se definía a los antiguos *beachboys* hawaianos (G. Timmons, 1989, p. 15) por la ligereza con que se tomaban las responsabilidades.

La asimilación de la idea del jugador de voley playa vinculado a chicas de físico sobresaliente se fundamenta en la participación de este tipo de mujeres jóvenes (que en California son denominadas *Bimbo*) como parte del espectáculo. A pesar de que sólo un reducido número de juga-



Exhibición de aeróbic en el I Campeonato de España de Voley Playa. Marbella

dores vive profesionalmente en el mundo de sus ganancias en los campeonatos de voley playa, estas competiciones son una tremenda oportunidad para coger altas sumas de dinero. Muchos de los jugadores del voley playa practican durante la temporada de invierno el voleibol. La playa se convierte, para ellos, en una manera de seguir compitiendo, y de ingresar algún dinero sin estar sometido a la disciplina de un equipo de voleibol.

Los organizadores de campeonatos se encargan de montar un gran espectáculo alrededor del evento para así captar la atención del público y llenar las gradas, con lo cual se cubre una importante faceta como es la publicidad y la imagen del torneo a través de la televisión. Las azafatas del torneo, a las que ya nos referimos anteriormente, atienden con ceñidos bañadores a las peticiones de bebidas por parte de los jugadores. Incluso algunas de ellas tienen la única misión de pasearse por ciertas zonas para dar imagen de marca. Otro atractivo para el público son las actuaciones de jóvenes en los descansos de los partidos, para evitar que los espectadores abandonen las localidades. Por ejemplo, en el Campeonato del Mundo celebrado en Río de Janeiro (Brasil) en 1991 se eligió a la *Garota do verao* (chica del verano), incluyendo desfile de las *garotas* en traje de baño al modo brasileño, ante la algarabía del público. Este tipo de entretenimiento no constituye una novedad sino que es tradición longeva en las playas californianas.

En el I Campeonato de España de Voley Playa, celebrado en la playa de Marbella

en 1991, los organizadores decidimos, a propuesta del promotor local, incluir algunos números de entretenimiento ajenos a la competición. La grada de la cancha central se quedó pequeña cuando aparecieron las componentes de un grupo gimnástico de Marbella para ofrecer una exhibición de aeróbic. Las gentes que marchaban por el paseo se paraban a ver el espectáculo. Y algún anciano despistado nos preguntaba: “¿pero esto que hacen es el voleý playa?”

En nuestros días, para los jugadores de voleý playa la fama de mujeriegos sigue vigente. Algunos profesionales americanos fueron el blanco de un artículo aparecido en la revista erótica americana *Playboy* en 1984, titulado “Volleyball Gods” en que se les tacha de ser unos salvajes mocosos y obsesos sexuales. Lo que en España denominaríamos unos *chulos de playa*. Su posición en el pequeño pero creciente mundo del voleý playa se sitúa en el círculo antropológico del ídolo, cuyas características abordamos en el apartado del deporte espectáculo. El aprovechamiento de su status, como persona admirada y objeto de miradas de espectadores, se trasluce en la facilidad para conseguir gustosamente una pareja de forma casi espontánea. Decenas de jovencitas esperaban en la salida del estadio de Río de Janeiro la aparición de los jugadores americanos dispuestas a aceptar cualquier tipo de invitación. En este sentido, señalaba un periodista brasileño: “*Hoje, o vôlei, além de esporte, significa azaração, mulher bonita, praia, atletas mais inteligentes e reconhecimento internacional*” (S. Garambone, 1994, p. 6). Incluso en el Campeonato del Mundo Almería-91, cuando a través de megafonía anunciamos que en uno de los *pubs* de la ciudad, que colaboró en el patrocinio del evento, los participantes iban a asistir por la noche, dicho establecimiento se desbordó, al igual que la calle, de aficionados entre los que prevalecían las muchachas que habían asistido con sus mejores galas de verano.

En ese campeonato, nunca podremos olvidar la estampa de un jugador america-

no que había cambiado el billete de vuelta a su país, marchando de vacaciones hacia Marbella con una joven admiradora en un coche alquilado. La incorporación al campeonato profesional americano, con un torneo cada semana, podía esperar. Como nos indicó al despedirse, “*spanish girls are beautiful*”.

### Grupos autocerrados

Desde sus orígenes en las playas de Santa Mónica, California, los grupos de jugadores de voleý playa han mostrado una estructura grupal fuertemente cerrada, escasamente permeable. En los primeros años de existencia, además, era una modalidad que podríamos denominar *snob*, vinculada a los jóvenes acomodados socios de los lujosos clubes de playa. Estos grupos disfrutaban del deporte a través de partidos entre parejas de jugadores formados en el seno de las pandillas de playa, y la llegada de jóvenes ajenos al grupo para solicitar un partido era normalmente rechazada. Incluso cuando se trataba de jugadores con un nivel competitivo acreditado, la respuesta negativa ante el desafío de partido era la respuesta más habitual. Un suceso muy ilustrativo de esta actitud ciertamente clasista es recogido por Byron Shewman (1995<sup>2</sup>, p. 88). Cuando en 1964 los hermanos Rudy y Ernie Suwara, jugadores de élite del voleibol de Nueva York, acudieron a las playas del sur de California a jugar en playa, comúnmente fueron rechazados por los grupos con un mensaje de esta magnitud: “*This is a cool game for cool people. Come back when you’re cool*”. Ciertamente el color pálido de la piel del mayor de los hermanos evidenciaba su ajena procedencia. La respuesta, por otra parte, añade cierto sentimiento de xenofobia y aversión hacia todo lo que viene del exterior.

En la décadas de los cuarenta y cincuenta comenzaron a propagarse, además de los clubes privados, campos de voleibol en playas públicas donde cualquier joven podía jugar esperando su turno. La competencia y rivalidad entre los jugadores de clubes privados y públicos se hizo fe-

roz. No cabe duda de que la mayor competitividad ofrecida en las playas municipales incidió decisivamente para aumentar el nivel de los grupos de jóvenes que allí jugaban en perjuicio de los selectos *beachboys* de los clubes. De esta situación, la conocida pareja de jugadores Saenz/Holtzman sacaban beneficios. Por su reconocido nombre eran admitidos en los clubes privados donde ganaban medio dólar por partido ganado, un sueldo para ellos por lo que iban haciendo colectas de club en club (Smith y Feineman, 1988, p. 24). En las playas donde había arraigado una tradición voleibolística, comenzó a originarse un fuerte sentimiento de rivalidad que aún permanece. Hermosa Beach, Manhattan y State Beach guardan el espíritu alimentado en décadas. En 1990, cuando asistimos al Campeonato de Manhattan Beach Open, el más importante y de mayor tradición del calendario americano (data de 1960), pudimos comprobar tal situación trasladada a un torneo profesional.

El público local no sólo animaba con entusiasmo a los jugadores de esa playa, sino que una buena parte del mismo silbaba, abucheaba e incluso se escuchaban toda clase de insultos contra otros equipos provenientes de las playas rivales. Conociendo la enorme proximidad del público con el deportista en esta modalidad hasta mediados de los noventa en que se ha estructurado de forma sistemática la ubicación del público, podemos comprender el perjuicio que para un jugador supone escuchar casi detrás de su oreja todo tipo de insultos personales. El gran campeón Sinjin Smith, poco querido por ese sector de aficionados locales, nos comentaba tras terminar el torneo: “cada año es igual. Parece mentira que juguemos en nuestra ciudad. Conozco a algunos de los chicos (*guys*) que nos chillan e insultan. Son amigos de jugadores que están en el torneo; y éstos les mandan que nos molesten cuando jugamos”. Este mismo comportamiento podemos encontrarlo en el torneo de Hermosa Beach, donde asimismo los locales de esta playa son enormemente aplaudidos por sus incondicionales (E. M. y G.

Aronovich, 1989, p. 27). La bibliografía nos recoge anécdotas de este tipo sucedidas cuatro décadas atrás. El jugador Holtzman, recordando cómo conoció en 1950 al compañero con el que conquistó numerosos triunfos, Selznick, apelaba al carácter de territorialidad ante la llegada de un joven pidiendo un partido. State Beach y Hermosa Beach (ambas en Los Ángeles) eran enemigas irreconciliables. “Si alguien de otra playa venía a jugar y no estaba callado, todos los jugadores de State Beach lo tomaban como un insulto personal” (*ibid.*, p. 13).

Llegar a una playa ajena y desafiar a los campeones de la misma en la cancha más importante (*court A*) era un signo de total atrevimiento y provocación que debía ser respondido. Como hoy, los partidos se jugaban a un set de quince puntos, y existía la fórmula de que si un equipo consigue un resultado parcial de ocho a cero, se da el partido por concluido, con la respectiva humillación para el perdedor. En la ocasión relatada, tal resultado no aconteció puesto que la calidad del equipo retador obligó a los *local caps* a esforzarse a tope para conseguir una victoria por quince a doce. La inclusión en un grupo de jugadores locales supone, muchas veces, un trámite mucho más doloroso de lo que se pueda suponer en un principio. Cada playa tiene sus propias reglas para el uso y disfrute de las instalaciones. Pero la tradición de marginar al extraño sigue siendo moneda de cambio en California. Pat Powers, campeón olímpico en Los Ángeles-84 con la selección americana de voleibol, criado en la playa de Mission Beach, San Diego, escribía en un artículo de revista especializada: “La gente nunca es admitida fácilmente en un grupo de voleibol playa. Y a veces la humillación es parte del proceso de poner a prueba el ánimo de una persona” (P. Powers, 1993, p. 128). En tal artículo resumía el ideario del jugador novato. (*Ver esquema*)

Por lo tanto, podemos afirmar que sufrir una severa derrota como resultado del primer partido se constituye como un rito de iniciación, una prueba para comprobar si los venidos de otras playas se han quedado en disposición de volver para apren-

Reglas para la admisión en un grupo californiano de voleibol (escogidas del texto de Pat Powers, 1993, p. 128).

1. No te precipites en solicitar jugar. Siéntate un rato, comprueba cómo funciona ese grupo y descubre quién domina.
2. Cada playa tiene un sabio al que todo el mundo respeta. Conócelo y haz amistad con él. Te dará un montón de información.
3. Respeta la tradición. Infrautiliza tus puntos fuertes y no explotes las debilidades de los contrarios.
4. Comprueba el sistema de la playa para participar en el juego. A veces hay que inscribirse y en otros lugares basta con buscar un contrario.
5. La trampa es parte de cualquier juego y el voleibol no es una excepción. Cuando sucede, pon en evidencia al contrario ante sus amigos manteniendo silencio.
6. No juegues alrededor de la cancha con otro balón. Si se cae dentro de la misma en pleno juego, alguien se puede volver loco.
7. Ayuda a mantener los campos. Si hay alguien encargado, dale tu propina.
8. Comportate de forma respetable. En el momento en que te pongas furioso, a nadie le va a interesar jugar contigo.

der y ser humildes, o por el contrario, la soberbia les impedirá volver a un campo del que han salido fuertemente mancillados. En el fondo, es una cuestión de honor. Cuando acudimos a Mission Beach, nos recibió una playa inmensamente ancha de arena fina y blanda que hace hundirse el cuerpo hasta los talones. Este tipo de arena es, sin duda, el que dificulta más la locomoción y el salto. Quien se habitúa a jugar allí, adquiere una capacidad de salto descomunal. Alineados en dos filas, encontramos doce campos de voleibol, unos con actividad y otros no. Enseguida descubres cuál es el llamado “campo A” o de los reyes de la playa. Es siempre el situado más cerca del paseo marítimo por lo que resulta el más visible para el público. Los campos se disponían progresivamente de manera jerárquica, de tal forma que el campo de novatos o principiantes (*novice players*) era el más alejado de la cancha A, y el más cercano de la orilla del mar. De esta manera, los balones que se pierden sin control desde la última cancha no van a ir a parar a los campos de jugadores con mayor nivel. En el segundo campo (el B) participaban jugadores que a veces lo hacían en el A y jugaban allí otro partidos de preparación. El sistema de juego y turnos depende del lugar, la tradición, y el nivel de los jugadores. Para los grupos de aficionados, fanáticos de la modalidad, que permanecen en la playa

hasta que anochece, el sistema imperante es el del desafío al campeón o “*challenge system*”. Aquel equipo que gana el set de quince puntos tiene derecho a continuar. Al otro lado de la cancha se sitúa el equipo retador al que corresponde en turno. En nuestros días, el campo A de cada playa alberga varios jugadores profesionales o semiprofesionales, que acuden a los torneos con premios en metálico que se organizan en gran número de localidades a nivel estatal. Asimismo, los profesionales acuden a entrenar a estos campos después de volver de un torneo y antes de salir para el siguiente (es decir, de lunes a jueves).

### Las relaciones de compañerismo

En esa dinámica, el voleibol playa ha perdido el espíritu del desafío en aras de un mayor control de los esfuerzos y mejora de las capacidades. Los jugadores actúan según sus planes de entrenamiento elaborados con la ayuda de preparadores físicos y por ello no abusan de jugar un partido tras otro. Acuerdan partidos entre parejas de nivel semejante, e incluso cambian o alteran la composición de los equipos, para no llegar en conflicto con el compañero en el próximo torneo. En otras palabras, para descansar del compañero de equipo. Con la novedad de compañero se introduce un “mecanismo que evita la saturación de la

pareja" (Mata *et al.*, 1994, p. 208). Con los entrenamientos de parejas alternativas, algunos equipos han conseguido mantenerse unidos largamente. El caso más expresivo es el de Sinjin Smith/Randy Stoklos, quienes permanecieron durante once años como compañeros y pasaron a ser la pareja más laureada de la historia (*ibid.*, 303). La fatiga de la competición, el desencanto con el rendimiento del compañero y el fracaso de resultados llevan a los jugadores de voley playa a cambiar frecuentemente de compañero. Esto conlleva un baile de nombres, rumores, llamadas de teléfono, comentarios, invitaciones para jugar, dignas de revistas del corazón. En este estilo tituló la periodista italiana Gabriella Mancini su artículo "Non ti voglio più" (1991), refiriéndose a la relación de los jugadores de voley playa como si fuera una historia de una canción de amor y desengaño a la italiana. Cuando una pareja no conquista las expectativas previstas de resultados, se deshace, y a la semana siguiente ambos han buscado ya otro compañero, con lo que acuden a la playa para realizar sus entrenamientos juntos con el fin de coordinar su juego. En siete meses de competición y más de veinticinco torneos por temporada, los "romances" y "desengaños" se suceden a ritmo vertiginoso. Incluso en el circuito nacional español, disputado durante los meses de verano, y donde se repartían premios en metálico hasta los dieciséis mejores equipos, en los primeros cuatro años de existencia (1991-1994) ninguna sola de las parejas se mantuvo unida más allá de una temporada. Sinjin Smith nos señalaba que "el voley playa mantiene la más intensa relación de compañerismo en el deporte" (Mata y Encarnación, 1991, p. 76). La responsabilidad compartida entre dos personas y no entre seis como el voleibol, aumenta, como señalamos en el anterior apartado, la madurez deportiva y el concepto de honradez.

### El comportamiento ético del jugador

Hemos recogido en el anterior cuadro unas reglas indicadas por una leyenda del

voley playa y del voleibol, Pat Powers, acerca de la inclusión de los novatos en los grupos de voley playa. Observamos cómo hace referencia a hacer trampas (*cheating*) como algo ya universal en el deporte. La ética del jugador de voley playa tradicional rechaza tajantemente la trampa como elemento de juego, y a pesar del consejo educativo que propone Powers (este veterano jugador instruye a los nuevos deportistas en cursos de verano en San Diego), hemos contemplado cómo en esta localidad una situación de este tipo terminó con la retirada del equipo perjudicado y, después de una enorme discusión entre la mayoría de los allí asistentes, la marcha del equipo que había obrado de forma irregular. La condición del jugador de voley playa, que como hemos señalado, está acostumbrado a jugar durante sus entrenamientos contra los que el fin de semana serán sus adversarios, concede un carácter especial a la relación intergrupala. Existe una cierta convivencia y relación que desmerece la opción de la trampa. Los que hoy son equipos rivales hace un tiempo formaban equipo, o han jugado en el mismo conjunto de voleibol, o se conocen desde hace tiempo.

Durante los partidos de entrenamiento en la semana, los jugadores se arbitran ellos solos. En Estados Unidos, el reglamento de la AVP exigía la obligatoriedad de arbitrar a los propios jugadores (año 1989) en caso de que no hubiera árbitros en el torneo. Por tanto, es un deporte donde los jugadores dominan perfectamente el análisis arbitral de las jugadas y se consideran en cierto modo dotados de las atribuciones del árbitro. Cuando llega la hora de los campeonatos, incluso hay momentos en que el jugador se coloca por encima de la decisión arbitral e informa al colegiado de que la decisión tomada era errónea y que debe rectificarse... a su perjuicio. Así, el jugador puede reconocer haber tocado la red o señalar que el balón ha botado dentro de su propio campo cuando el árbitro, en un error de apreciación, había señalado "balón fuera". En ocasiones, la situación podía retorcerse más: Una jugada que el

árbitro decanta hacia el equipo A. El equipo B reclama al árbitro porque considera que ha existido un error arbitral. Ante la denegación del árbitro para rectificar, pide que el equipo A reconozca el error arbitral. El equipo A acepta la petición del rival. El árbitro cambia la decisión de la jugada. El suceso más grandioso de los que contemplamos durante el Campeonato de España 1992 fue el que pasamos a relatar: La pareja de Laredo (Cantabria) formada por Miguel del Río y Pedro Ruiz se encontraban disputando un partido de su cuadro de clasificación. En un determinado lance de juego, el árbitro señala como ganador de la jugada a la pareja cántabra. Tras la reclamación del rival ante el error arbitral, Ruiz/Del Río conceden la razón a sus adversarios ante la mirada del árbitro quien, a pesar de la evidencia demostrada por el "reconocimiento de culpa", se empeña en mantener la decisión. Tras la orden del saque, el equipo de Laredo envía directamente el balón al contrario para devolver la ventaja de la jugada anterior ganada de manera injusta. El público apreció esta iniciativa de los jugadores, que recibieron de la Federación Española de Voleibol, el Premio a la Deportividad. Mientras tanto, quedaba patente cómo un árbitro, adoctrinado y curtido en las canchas de voleibol, era incapaz de comprender el espíritu diferente del juego que existe en el voley playa. Lamentablemente, las pautas de comportamiento ético de las que hemos presumido en favor de los jugadores de competición de voley playa se van difundiendo en la esfera de la progresiva profesionalización del deporte y del aumento de los premios en metálico. El dinero, como en otros deportes, está sepultando los valores propios de una subcultura tan genuina como el voley playa, en favor de un mayor espectáculo deportivo. Incluso uno de los grandes rituales de los jugadores, como era el baño en el mar para señalar el final de una jornada deportiva plagada de emociones y amistad, comienza a ser sustituida por las duchas preinstaladas por los organizadores con agua dulce.



## Consecuencias de la popularización deportiva

El voley playa constituye un ejemplo significativo de una manifestación del horizonte deportivo central. Se forjó y desarrolló como un producto recreativo de la cultura del sur de California. Los valores que observamos en esa unidad geográfica y cultural han estado y siguen presentes en el deporte que abordamos: vida social a la intemperie, exquisitos cuidados físicos y de la salud, obsesión por la imagen, carácter autocerrado de los grupos y cierto snobismo. Como señalan Smith y Feineman (1989, p. 17) *"life is a beach"* en el área del sur de California. La vida social se realiza en torno a la playa. Las numerosas localidades costeras encuentran en ese medio el lugar para numerosas celebraciones, desde fiestas, barbacoas a todo tipo de concursos y competiciones (belleza, fuerza física, etc) que aún persisten y que nosotros pudimos apreciar de manera repetitiva en numerosos centros, desde Santa Bárbara a San Diego, durante los veranos de 1989 y 1990.

Las playas de Río de Janeiro, sobre todo Ipanema y Copacabana comenzaron a experimentar a finales de los años cuarenta un fenómeno comparable al que se vivía en las playas californianas con el voley. En Ipanema, en esas fechas se comenzaron a colocar postes y redes alrededor de los puestos de vigilancia de la playa y se formaban partidos con equipos de tres, cuatro y seis jugadores. En los años cincuenta, la prensa especializada (*Jornal dos Sports*, *Correio da Manhã*) comenzó a organizar y patrocinar torneos locales a los cuales acudían numerosos espectadores desde otros puntos de la ciudad en tranvía (E. y M. Aronovich, 1989<sup>2</sup>, p. 39). Los medios de comunicación contribuyeron decisivamente a popularizar este deporte. La mayor figura local, Pons, conocido como O Grande Coqueiro, trasladó asimismo la práctica a la playa vecina, Copacabana, debido a la masificación de los campos en Ipanema. Su carácter abierto y gran estilo de juego atraían a los mejores jugadores nacionales y extranjeros que llegaban a Río: "Los mejores jugadores americanos siempre jugaron en

nuestra red, así como los jugadores nacionales de voleibol" (ibídem, p. 37). Pero había que esperar a mediados de los años ochenta para contemplar la llegada de las mejores parejas profesionales americanas a las arenas de Río. Con la aparición en escena de empresas de promotores dedicados al mundo del deporte (Koch Tavares), los torneos brasileños comenzaron a adquirir carácter internacional y fama mundial (M. Pechlivanis, 1992, p. 10). La fama del Campeonato del Mundo que comenzó a celebrarse anualmente en Río en 1986 se extendió al circuito profesional americano, y numerosos profesionales californianos se prestaron en venir a participar y conocer el impresionante ambiente social en torno al voley playa.

El partido final del Campeonato del Mundo celebrada en la playa de Ipanema (Río de Janeiro) consiguió una audiencia televisiva que superó los diez millones de espectadores (Mata y Encarnación: 1991<sup>2</sup>, p. 76) y los ciento veinte mil espectadores *in vivo* durante toda la semana de competición. En esos días, el Presidente de la Nación, Fernando Collor aparecía públicamente jugando a esta modalidad deportiva con el jugador legendario Bernard Rajsman, subcampeón del mundo en 1988 en Río de Janeiro, y que en los años noventa ocupó el puesto de Secretario de Deportes de Brasil (lo que en España se corresponde con la Secretaría de Estado para el Deporte).

Si excluimos estos dos grandes centros del voley playa mundial (Brasil y California), donde a lo largo de medio siglo esta modalidad se ha ido asentando y difundiendo entre la población local, nos enfrentamos con un deporte que ha experimentado una tremenda expansión a nivel mundial en apenas quince años. A mediados de los años ochenta, el voley playa apenas era conocido y practicado en otro país más que en esos dos primeros. En el año 1996, el voley playa se incorporaba al programa olímpico. La inclusión de la modalidad en cuestión, junto con los dos otros recién estrenados deportes olímpicos, la bicicleta de montaña (*mountain bike*) y el fútbol femenino en Atlanta-96



Magnífico ambiente en Río de Janeiro.

muestra el espíritu del Comité Olímpico Internacional, una institución permeable capaz de captar las nuevas inquietudes deportivas.

La presentación del voley playa a los miembros del COI, durante los torneos del Campeonato del Mundo Almería-1992 y Brasil-1993 se basaba esencialmente en que este deporte incluye todos los componentes del espectáculo: acciones con un ritmo vertiginoso, incertidumbre continua en la resolución de la jugada, exaltación del físico y acción al aire libre (Mata, 1994, p. 88). La elevación de cualquier modalidad al rango olímpico supone unas consecuencias inmediatas en la comunidad mundial. Los países, a través de los organismos encargados de la promoción y especialización deportiva, comienzan a movilizar las estructuras necesarias para desarrollar ese deporte y colocar a su equipo nacional en los Juegos Olímpicos. La competición internacional, que había nacido en 1988 con el Primer Campeonato del Mundo, estaba comenzando un lento proceso de expansión. En 1989, la Federación Internacional de Voleibol (FIVB) creaba el Consejo Mundial de Voley Playa para coordinar estos esfuerzos de promoción de las competiciones. Fruto de ello apareció en 1989 el Circuito Mundial o World Series, con lo que el cam-



Voley playa en un parque interior.

peonato se extendía a varias sedes: Brasil, Italia y Japón. En 1991 se unió Francia, y en 1991 Australia y Japón.

Tras la designación del voley playa como modalidad olímpica en Atlanta, la solicitud de organización de un torneo del circuito mundial se disparó. En el año 1994 fueron trece las competiciones oficiales disputadas. En la temporada 2001 son 24 las series que forman el circuito mundial. La FIVB, para conceder una sede del circuito, exige a los organizadores (federación nacional de voleibol y posible empresa promotora del evento) la cobertura televisiva del evento a través de un medio de alcance nacional. Si no hay televisión, no hay campeonato. Con las cámaras enfocando las imágenes en los televisores de cada país, el conocimiento y afición hacia ese deporte se ha despegado a nivel mundial. Además de ello, algunas televisiones de emisión internacional con intereses deportivos (Canal Plus, Eurosport, ESPN, Sportschannel) han incluido el voley playa dentro de sus programaciones. La promoción del deporte, tanto a nivel popular y recreativo, como de competición, ha encontrado en los patrocinadores el apoyo necesario para elaborar estrategias de actuación de gran alcance en corto espacio de tiempo. A comienzos de

los noventa, el campeonato australiano consistía en un circuito nacional patrocinado por Pepsi (Palm, 1992, p. 29) que elevó enormemente el nivel de los/las jugadores/as de nuestras antípodas. El aumento del nivel de juego y de interés social hacia esta modalidad quedó patente en los Juegos Olímpicos de Sidney-2000, donde la selección australiana femenina se alzaba con la medalla de oro en un estadio abarrotado en la magnífica playa de Bondi Beach.

En Italia, por su parte, se creó en 1984 la Beach Volley Association a imagen y semejanza de la asociación americana, comenzando a organizar torneos a partir de ese año (Squeo: 1991; 90) tanto nacionales como contando con la participación de los mejores jugadores americanos. En Francia, asimismo los años ochenta acogieron el nacimiento de las primeras promociones de este deporte, en que se intercalaban las actividades recreativas con las competitivas. La Federación Francesa de Voleibol desarrolló en 1981 la operación “vacaciones voleibol” en la que, mediante caravanas que recorrían las costas de la Mancha, el Atlántico y el Mediterráneo, los jugadores de la selección francesa de voleibol realizaban exhibiciones de partidos con formato de 4 x 4 (cuatro jugadores por equipo) y desafiaban a los equipos locales que resultaban campeones de un torneo de promoción desarrollado durante la semana. Todo ello animado con torneos familiares y actividades recreativas y, por supuesto, cubierto por un soporte publicitario. El periodista del diario *Le Monde* recogía el tremendo impacto social que estaba suponiendo el auge del voley playa y cómo cambiaba la ambientación del lugar por la introducción de un juego de estas características: “Llegado el verano, todos los que frecuentan las playas francesas pueden asistir, divertidos o irritados, al espectáculo de decenas de balones destacando sobre el fondo azul en recorridos parabólicos no siempre controlados o botando con saltos de pulga hasta el primer cuerpo tumbado al sol y reluciente de crema solar” (G. Albouy, 1981, p. XIX).

En España también recogemos esta actitud de rechazo ante la introducción de juegos con balón en lugares destinados tradicionalmente al turismo de playa, hamaca y sombrilla. El cartel de “Prohibido jugar al balón” era una forma institucional de frenar el avance de las actividades deportivas en la playa. Por ello, cuando en el año 1990 recibimos el encargo de la Federación Española de Voleibol para desarrollar un programa de promoción popular del voley playa a nivel nacional, consideramos la necesidad de realizar un análisis de la situación que nos concediera las claves de actuación. La presentación, a la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) de un proyecto que, basado en la práctica deportiva, estimulaba la reactivación de las ofertas turísticas, fue recibido con enorme gratitud en dicha entidad. No se trataba de poner campos de voleibol en las playas, sino de ofrecer a los turistas unas expectativas complementarias a la oferta tradicional del turismo español: sol y playa. La iniciativa promovía la estimulación de los recursos sociales de los municipios costeros en aras de adaptarse a los nuevos gustos sociales de la población en tiempo de ocio. Se ha pasado de un turismo pasivo, de largas horas en la tumbona, a un turismo activo, donde los veraneantes buscan realizar actividades diversas, en cuyo abanico se encuentran las deportivas. El slogan “deja de tumbarte en la toalla y ven a jugar voley playa” se convirtió en el principio de una campaña que en 1991, se extendió por 80 municipios a través de un programa de enseñanza, ocio, y recreación populares en el que participaron más de 200.000 personas (Mata y Encarnación, 1993 p. 16). La Campaña estuvo nominada para los Premios Nacionales del Deporte a la Promoción Deportiva.

El número de campos de voley playa se ha multiplicado en la década final de siglo en nuestro país. La afición por este deporte ha conducido a los organismos deportivos locales, autonómicos y nacional a emprender actividades de promoción y competiciones de diferentes niveles. Los patrocinadores han encontrado en el voley playa un medio para introdu-

cirse comercialmente en un espacio donde la publicidad está prohibida. En efecto, el Real Decreto 1471/1989, de 1 de diciembre por el que se aprueba el Reglamento General para el desarrollo y Ejecución de la Ley de Costas (de 28 de julio de 1988; Ley 22/1988) señala en su artículo 81: "Estará prohibida la publicidad a través de carteles o vallas o por medios acústicos o audiovisuales". Las redes de voley playa, a distinción de las redes de voleibol, poseen una banda horizontal en la parte inferior (y no una cuerda). Tanto las bandas horizontales, superior e inferior, como las laterales tienen ocho centímetros de anchura, en vez de cinco centímetros justos, para que así los patrocinadores del evento encuentren un soporte más amplio en aras de que la publicidad sea bien visible. La Federación Internacional de Voleibol, en el reglamento de voley playa de 1996, señala expresamente que en esas bandas se permite la publicidad (artículos 2.1 y 2.3). Estas concesiones a los organizadores no aparecen, sin embargo, en el reglamento del voleibol.

Debemos considerar que el voley playa se ha constituido como una modalidad donde la comercialización ha participado decisivamente en el desarrollo y expansión del deporte. Las firmas comerciales desean vincular su nombre con el de una manifestación de la excelencia física y la vida de recreo y ocio deportivo. Aunque la Ordenación jurídica ha supuesto la extracomercialidad del litoral (Moreno Cánovas, 1990, p. 145), los campos se continúan colocando con las bandas publicitadas. Los campeonatos se suceden: los patrocinadores invaden de vallas comerciales los límites de los campos, colocan carpas, graderíos, banderas, globos hinchables con el logotipo del patrocinador. Los técnicos de costas preparaban un reportaje fotográfico de la superficie de publicidad para calcular las sanciones mientras los organizadores se apremian a recalcar los valores sociales del deporte y del carácter efímero del montaje: la Federación Española de Voleibol, al igual que el resto de federaciones deportivas españolas y las territoriales, han alcanzado el

reconocimiento de Entidades de utilidad pública en la Ley del Deporte (10/1990, artículo 44).

La publicidad se considera una falta leve en dicho reglamento, sancionándose con diez mil pesetas el metro cuadrado. Sin embargo, la colocación sin autorización de obras e instalaciones, como pueden ser las carpas para autoridades, en el dominio marítimo terrestre se considera una infracción grave (art. 157.1 del Reglamento). Al día siguiente de la prueba, nada de aquello permanece en la playa. Tal vez alguna red de juego y balones segrafiados con publicidad, regalados a jugadores locales y al público asistente serán los únicos vestigios de un campeonato que seguirá por otras playas. En Estados Unidos, la moda social del voley playa llegó a inicios de los noventa a lugares alejados de la costa, y se sirve a la manera americana. Los llamados "Indoor beach spots" son locales cerrados donde se combina el bar con el campo de voley playa. De esta manera, los aficionados pueden practicar ese deporte y disfrutar de una sesión de ocio tomando unas bebidas en compañía, independientemente del tiempo atmosférico del exterior. Las canchas se alquilan por horas, y en la mayoría de estos establecimientos se desarrollan sus propios campeonatos (Patterson y Sandorfi, 1995, p. 78).

## Bibliografía

- Albouy, G. (1982). Le volley-ball de plage. *Le Monde Dimanche* (8/7/1981), XIX.
- Antonelli, F. y Salvini, A. (1982). *Psicología del deporte*. Valladolid: Miñón.
- Aronovich, E., M. y G. (1989). California: The land of beach volleyball. *Río de Janeiro* (2), año 1, 26-31. O Grande Coqueiro. Voley de Praia. *Río de Janeiro* (2), año 1, 37-40.
- Beal, D. y Murphy, P. (1989, julio). The will to win. The secret of the great US-Boys. *Volley-Tech. FIVB*, 2-6.
- Carrero, Luis (1965). *Balonvolea actual*. Delegación Nacional de Deportes. Madrid: Serie Azul.
- Distel, D. (1995, abril). "William Morgan". *Volleyball*. California: Woodland Hills, 70-72.
- Feineman, N. (1990, abril). Sinjin. *Volleyball Magazine*. Santa Mónica (Ca).
- FIVB (Federación Internacional de Voleibol) (1996). *40 th anniversary, 1947-1987*. Mi-

- lán: Edizioni Studio Erre. *World Series Manual 1991*. Beach Volleyball World Council. *Beach Volleyball Official Rules*, Lausanne.
- Garambone, S. (1994, junio). Confissões de un Pereba. *Volleyball-Brasil*, 66.
- Laraña, E. (1986). Los nuevos deportes en las sociedades avanzadas. *Revista de Occidente*, 62-63. Madrid.
- Mata, D. (1994). El voley playa: nacido para el espectáculo (25). *Olimpia. COE*, Madrid. 88-91.
- Mata y Encarnación, G. (1991). Voley playa, un deporte con futuro (9). *Olimpia*, 76-80.
- (1991). Voley playa en Brasil, a ritmo de samba (10). *Olimpia*, 76-77.
- (1939). El bronceado y el voley playa (17 de marzo). *El País*, 16.
- Mata, D.; Rodríguez, F. y Encarnación, G. (1994). *Voley playa. Aprendizaje, entrenamiento y competición*. Alianza Deporte.
- Moreno Cánovas, A. (1990). *Régimen jurídico del litoral*. Madrid: Tecnos.
- Olivera, J. y A. (1995, julio). La crisis de la modernidad y el advenimiento de la postmodernidad: El deporte y las prácticas físicas alternativas en el tiempo de ocio activo. *Apunts. Educación Física y Deportes* (41), 10-29.
- Palm, A. (1992). World Beach Championship. *Volleyball-Australia* (2). Verano Sydney. Australia, 28-30.
- Palou, J. y N. (1985). *Historia del voleibol español*. Lérida: Dilagro.
- Palou, N. (1992). Historia del voleibol, en *Voleibol*. COE y FEVB. El Corte Inglés.
- Paterson, D. y Sandorfi, C. C. (1995, marzo). *The great indoors*. California: Volleyball Woodland Hills, 78-90.
- Pechlivanis, M. (1992). *A origem do voley da praia no Brasil*. Brasil: FIVB Beach Volleyball World Series, 8-10.
- Powers, P. (1993, julio). *Wait your turn*. San Luis Obispo (California): Volleyball Monthly, 128.
- (1994). When pushing works. *Volleyball Monthly* (4), 120-121.
- Shewman, B. (1995, abril). *100 years of volleyball. The beginning*. Woodland Hill (California): Volleyball, 66 -74.
- (1995, julio). 100 years of volleyball. *Sand Storm* (2). Woodland Hill (California): Volleyball, 86-100.
- Smith, Sinjin y Feineman (1988). *Kings of the beach*. Los Ángeles: Powers Books.
- Squeo, A. (1991). Come eravamo. Breve storia di successo di beach volley. *Beach Volley* (1). Suplemento al N.º 89 Windsurf Italia. Grupo B. Italia: Editore. Milán, 88-94.
- Stevenson, J. y Obsteeld, R. (1989). *Hot Sand. The beach volleyball hand book*. Los Ángeles: Windmill Press.