



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

**LA COBERTURA INFORMATIVA EN EL CICLISMO. LA
IMPORTANCIA DE LOS CICLISTAS INFLUYENTES Y
DEL PERIODISTA DEPORTIVO**

ALUMNO: DANIEL GARCÍA VINUESA

PROFESOR: ANDREA DONOFRIO

JUNIO DE 2024

Quiero agradecer a todos los profesionales que me han ayudado a obtener información para la redacción de mi TFG.

A Joxean Fernández “Matxin” por conseguir sacar tiempo de sus labores como director Deportivo para responder a mis preguntas sin ningún inconveniente.

A Dani Miranda por responder a las preguntas que le iba enviando mientras se encontraba trabajando durante la Vuelta Ciclista a España Femenina sacando tiempo para responderlas.

Y a David García por acceder a hacer una entrevista pese a todo el trabajo que tenía y responder las preguntas con gran interés y disponibilidad.

A Andrea Donofrio por su disponibilidad y ayuda a lo largo de todos estos meses durante la redacción del TFG.

ÍNDICE:

Resumen:.....	4
Introducción	4
Desarrollo.....	5
Contexto del ciclismo	5
Medios de comunicación y ciclismo en España	10
Entrevista a Joxean Fernández “Matxin”	12
Entrevista a Dani Miranda.....	17
Entrevista a David García (A pie de puerto)	19
Cambios en la audiencia y la atención mediática	22
Impacto de deportistas influyentes	26
Preparación de la cobertura de una gran vuelta	30
Figura del periodista y su evolución	34
Innovaciones en la cobertura deportiva del ciclismo por los medios de comunicación	37
Conclusiones.....	40
Bibliografía	43
Anexos	46

Resumen:

El trabajo de investigación se centra en tratar de mostrar la clara evolución que el ciclismo y la manera de cubrir este deporte han sufrido con el paso de los años y que ha generado un cambio en el deporte de manera radical. Esta investigación plantea una serie de hipótesis que tratan de ser respondidas como ¿ha habido una evolución en la cobertura informativa del ciclismo con el paso de los años? ¿Cuál es el papel del periodista y sus tareas a la hora de cubrir un evento ciclista? ¿Qué importancia tienen las ciclistas influyentes en la evolución del ciclismo? ¿Cómo se retransmite el ciclismo en España? La investigación se ha basado un método de análisis cualitativo en el que se ha realizado unas entrevistas a profesionales y expertos como Dani Miranda (periodista del AS), Joxean Fernández Matxin (director deportivo del equipo UAE Team Emirates) o David García (A pie de puerto), cuyo trabajo en la actualidad se encuentra completamente enfocado en el ciclismo desde diferentes puntos de vista. La evolución del ciclismo con el paso del tiempo, la manera de cubrir el ciclismo o la importancia que tienen los diferentes deportistas en esta evolución son algunas de las ideas claves que se plasman en esta investigación y que ayudarán a resolver las hipótesis planteadas. Todos estos elementos ayudarán a mostrar como el ciclismo es un deporte que hoy en día se encuentra en plena expansión, en gran parte gracias a la cobertura informativa que se lleva a cabo.

Palabras clave: Ciclismo, medios de comunicación, periodista, cobertura informativa, ciclistas, deportistas influyentes.

Introducción

El deporte hoy en día se ha convertido en uno de los medios de entretenimiento más destacados en nuestra sociedad; ya sea a través del ejercicio físico o de observarlo en televisión u otros medios. Actualmente, la manera que tenemos de poder tener acceso a diferentes deportes es a través de diversos medios de comunicación como puede ser la televisión, la radio o la prensa escrita. El hecho de poder tener acceso a través de tantos medios de comunicación para poder estar informados de estos eventos deportivos resulta de gran ayuda; pero bien es cierto que la manera de poder ver y consultar estos deportes no ha sido así siempre, sino que se ha producido una evolución con el paso de los años, desde una cobertura mucho más simple y limitada a los elementos básicos hacia una cobertura mucho más extensa y exhaustiva que nos permite poder estar informado prácticamente de cualquier suceso.

Los objetivos de este TFG son entre otros: mostrar la evolución del ciclismo desde los años 80 con respecto al año 2023. Del mismo modo es clave hablar acerca de los medios de comunicación y destacar el papel tanto de deportistas como de los periodistas.

El hecho de poder realizar una comparación de la evolución de este deporte puede resultar de gran interés. En este caso se ha optado por comparar el deporte a lo largo de los años 80, en los que no había tal calidad de cobertura o de acceso a la información, con respecto al año 2023 en el que nos encontramos con una sociedad en pleno auge tecnológico. Hoy podemos conseguir tener acceso a la cobertura informativa y a la información de manera instantánea. No solo es importante comentar la evolución que se ha producido a nivel de cobertura informativa y medios de comunicación, sino que también es necesario hablar de una manera un poco más breve de la evolución del deporte en sí para poder poner en contexto lo que nos vamos a encontrar.

Los deportistas son los personajes claves para que el espectáculo deportivo se pueda llevar a cabo, de ahí que en este TFG se tratará y hablará acerca del papel que juegan estos enfocándonos en la influencia que muchos de estos deportistas pueden tener en las personas y por ende puede conllevar a que los espectadores se aficionen a determinados deportes gracias

a un deportista. En concreto, en este TFG hablaré acerca de la influencia y el interés que deportistas como Tadej Pogacar, Jonas Vingegaard, Wout Van Aert... han generado e influenciado en muchas personas.

Al mismo tiempo hoy en día encontramos la figura del periodista deportivo, que juega un papel clave y fundamental para poder transmitirnos la información sobre la actualidad deportiva. La evolución del papel del periodista también ha sido muy destacada con el paso del tiempo lo que ha permitido que prácticamente hoy en día podamos encontrar una cobertura las 24 horas del día de los diferentes eventos deportivos. Al igual que como ocurre con los deportistas podemos ver como diferentes periodistas deportivos pueden generar un interés mayor aún si cabe en estos deportes, por lo que la opinión de algunos periodistas como Javier Ares y su papel será interesante comentarlo.

La elección de esta temática del TFG se debe a varios aspectos que estuve meditando a nivel personal. Lo primero que tuve en cuenta es que hoy en día hay una ausencia de diferentes estudios sobre la evolución deportiva y comunicativa sobre un deporte como puede ser el ciclismo y más momentos temporales tan concretos. La elección de este deporte se basa principalmente en que se trata de uno de mis deportes favoritos y del que no encontramos tal cantidad de estudios como lo hay de otros deportes como pueden ser el fútbol, baloncesto, tenis... Ambos elementos pueden hacer de este TFG un estudio original y novedoso, que puede generar un interés al salirse de lo que más se ve comúnmente.

El ciclismo es un deporte que tienen mucho menos impacto en la sociedad que el fútbol. Por este motivo, el poder dar a conocer más en profundidad este deporte que la gente probablemente no tenga tanto conocimiento es muy interesante ya que resulta un estudio más novedoso e interesante por el simple hecho de salirse de lo común. Probablemente, al dar a conocer a la gente este deporte a través de estudios u otras técnicas también es una manera de mostrarles otro deporte del que no tenían conocimiento y puedan aficionarse.

A nivel más personal aún si cabe la elección de este tema ha sido debido a que soy una persona que considero el deporte un pilar básico en el día a día tanto como ejercicio físico como forma de entretenimiento a través de la TV o radio. Los medios de comunicación resultan un elemento clave para que las personas que tenemos tanto interés por los deportes podamos estar bien informados sobre lo que sucede en el día a día, el hecho de consumir diariamente estos medios me ha generado curiosidad por el estudiar cómo han evolucionado con el tiempo y cómo ha cambiado el acceso a esta información. Es decir, el impacto que tiene el deporte en mí hoy en día ha sido el principal factor para la selección de este tema el TFG.

Desarrollo

Contexto del ciclismo

Lo primero de todo para entender el contexto del TFG es hablar acerca del calendario ciclista internacional y de su amplitud, centrando gran importancia en el Tour de Francia, prueba más relevante en España y de la que se hablará mucho en el trabajo, al ser la prueba icono del mundo del ciclismo. El comienzo se centrará en explicar la importancia que tiene el Tour de Francia, su historia y sus personajes influyentes; para así poder entender de una mejor manera lo que esta prueba significa y la gran importancia que supondrá en este TFG.

El Tour de Francia tiene su origen en el año 1903, como recoge Felipe Fernández (2012) en sus inicios surgió como método para recaudar dinero por parte de Le Velo y L'Auto ya que sus ventas aumentaban con las carreras ciclistas. En sus primeros años el Tour de Francia contaba con 60 corredores participantes, cosa que ha cambiado mucho con el paso del tiempo ya que a día de hoy el Tour de Francia cuenta con una participación de 176 corredores; en gran parte

este importante aumento del número de ciclistas y equipos participantes está relacionado con la afición que se ha ido generando con el paso de los años, en el que el papel de los medios de comunicación juega un papel clave para poder comunicar y mostrar al gran público este espectáculo.

El Tour de Francia ha sido un evento que ha conseguido superar momentos de gran dificultad y así seguir adelante, cosa que hace de esta competición deportiva uno de las más longevas y destacadas en el tiempo. Fernández (2012) recoge en su artículo como durante la Primera Guerra Mundial el Tour tuvo que detenerse durante esos 4 años, pero tras la finalización del conflicto bélico se consiguió seguir adelante y volver a retomar este espectáculo. El hecho de poder sobreponerse a un conflicto de tal magnitud en el que Francia quedó tan afectada tiene un valor aún mayor si cabe debido a la dificultad que tiene no solo poder organizar el evento, sino poder generar en la afición el interés de los años anteriores y hacer que se olviden de los graves problemas que tuvieron que hacer frente. Lo mismo sucedió tras la II Guerra Mundial en la que el Tour de Francia volvió a llevarse a cabo en el año 1947.

Bien es cierto que en sus primeros años el Tour de Francia tenía un componente e interés mucho más importante en Francia, aunque con el paso de los años esto ha ido evolucionando a un nivel más internacional. Esto se refleja perfectamente en el artículo de Alianza Francesa Málaga (2023):

Desde 1903, el Tour de Francia ha puesto a prueba los límites del hombre y la máquina. Pero las cosas han cambiado mucho desde los primeros días del Tour: de ser una atracción esencialmente nacional, se ha convertido en el mayor acontecimiento deportivo anual de varios días del mundo, atrayendo a miles de millones de aficionados de todo el planeta.

Este interés que se genera en otros países por el ciclismo se lleva a cabo gracias a diferentes deportistas que consiguen generar afición y enganchar a los espectadores a este evento tan multitudinario como es el ciclismo. El papel de diferentes figuras como Bahamontes en España, Merckx en Bélgica o Hinault en Francia fueron figuras tremendamente influyentes que permitieron que el público de estos países comenzase a fijarse en este evento deportivo en aquella época.

La primera figura verdaderamente destacada que encontramos en el ciclismo mundial es Eddy Merckx, que consiguió aficionar a este deporte a personas de cualquier país desde finales de los años 60. Como recoge el artículo del diario AS (2016) "Vence en etapas contrarreloj y en las más montañosas e, incluso en las llanas, puede derrotar a los más especializados sprinters. Su triunfo es avasallador y además tiene continuidad. Durante varios años no tiene rival." Hoy en día este ciclista es considerado el mejor de la historia pese a la gran cantidad de ciclistas que ha habido en el tiempo, por lo que si valor y capacidad de que hoy en día muchos aficionados le conozcan supone un hito más importante aún si cabe.

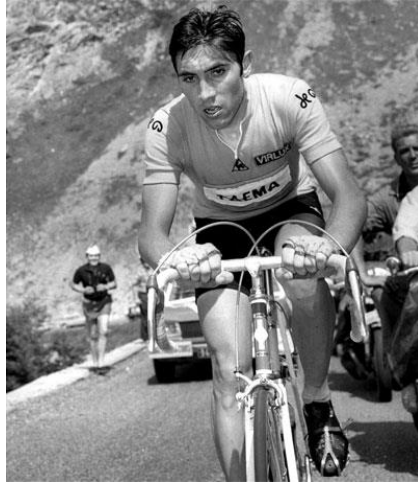


Figura 1. Eddy Merckx. (Biografías y vidas).

Con el paso de los años el ciclismo fue cambiando poco a poco y fueron apareciendo otras figuras importantes a nivel mundial como fue el caso de Ocaña, Perico Delgado o Hinault (para muchos considerado el segundo mejor ciclista de la historia). Pero no fue hasta los años 90 cuando en España surgió una figura verdaderamente dominante y que generó un interés en España que no se había generado ni con Pedro Delgado, se trata de Miguel Induráin. El impacto de Induráin en España fue debido a que consiguió un hito histórico no logrado antes y que hoy en día no se ha repetido como es el hecho de ganar 5 Tour de Francia de manera consecutiva.

El Tour de Francia consiguió seguir evolucionando con el paso de los años, adaptando las etapas a los nuevos tiempos, se seguían produciendo avances tecnológicos tanto en bicicletas como a nivel de material. Al mismo modo que el Tour evolucionaba seguían surgiendo estrellas mediáticas que acaparaban todos los focos como fue una de las figuras mediáticas más importantes a nivel histórico como fue Lance Armstrong.

Lance Armstrong se convirtió en un claro dominador en el ciclismo ganando 7 Tour de Francia consecutivos entre el año 1999 y 2005; aunque finalmente fueron retirados ya que se descubrió que en todos sus Tour de Francia se habían usado sustancias dopantes que le habían permitido alzarse con las victorias en esos años. Como se recoge el artículo de *Eurosport* (2020), en el documental personal sobre su vida que realizó junto a ESPN, Lance Armstrong comenta que mentía de manera sistemática ocultando los casos de dopaje.

Con el descubrimiento de la gran red de dopaje que había desarrollado el equipo US Postal (equipo de Lance Armstrong) y la retirada de títulos al ciclista, el ciclismo pasó por una época muy dura en la que la sombra del dopaje estuvo siempre presente. Ante esta situación la Unión Ciclista Internacional tomó cartas en el asunto y comenzó a actuar de una manera más severa generando en algunos casos importantes polémicas por sanciones injustas, como a los ciclistas españoles Alberto Contador y Alejandro Valverde, en los que se vieron envueltos en casos de dopaje que la UCI castigó con años de suspensión y posteriormente el TAS falló en su favor y les permitió mantener los puntos UCI ganados tras haber pasado sus sanciones por dopaje.

Pese a todos estos altibajos que el ciclismo ha sufrido, al final el ciclismo siempre ha conseguido sobreponerse a ellos; y como el periodista Javier Ares, especializado en ciclismo, ha reconocido que actualmente nos encontramos en la edad de oro del ciclismo. Javier Ares (2023) recoge que esto se debe a que:

Han coincidido en ella un grupo de campeones que no es normal que coincida en el tiempo. Siempre ha habido una o dos estrellas, pero ahora —entre los especialistas en clásicas y en

grandes vueltas— hay cinco o seis corredores de un nivel tan alto como los más grandes campeones. Los campeones de antes fueron de uno en uno: los Coppi, los Merckx, los Hinault, los Induráin... Ahora hay tres o cuatro corredores de ese nivel, con todo mi respeto a las figuras de aquellos tiempos pasados.

Como recoge Javier Ares, el hecho de que hoy en día nos encontremos ante tal concentración de estrellas, tales como Tadej Pogacar, Jonas Vingegaard, Mathieu Van der Poel, Wout Van Aert o Remco Evenepoel, hace que la cantidad de aficionados que se interesen por este deporte aumente exponencialmente, lo que con la ayuda de los medios de comunicación nos permite poder seguir de manera exhaustiva estos deportes y convertirnos en fieles seguidores de estos atletas.



Figura 2. Javier Ares (Derecha) junto a Miguel Induráin (centro) (Twitter).

En España, el Tour de Francia es el evento ciclista por excelencia y que miles de españoles ven a lo largo del verano desde tiempos de Pedro Delgado, en los que el Tour se convertía en una de las formas de entretenimiento más importantes. Pero el ciclismo va mucho más allá del Tour de Francia, ya que la temporada ciclista va desde enero hasta mediados de octubre cada año en la que encontramos numerosas carreras que son de gran importancia y que en otros países como Bélgica, su tradición ciclista se basa en las clásicas belgas desde el comienzo del "Opening Weekend" hasta el final con las conocidas como las clásicas de las Ardenas.

El calendario ciclista internacional comienza en Australia con la disputa, en enero, del Tour Down Under en Australia que da comienzo a las carreras por etapas que continua en febrero con el UAE Tour. A finales de febrero da comienzo, con el "Opening Weekend" las clásicas belgas con la disputa de la Omloop Het Nieuwsblad; esta prueba da comienzo a unos meses en los que en Bélgica comienzan las clásicas "de piedras" con muchas pruebas como la Gante-Wevelgem o la E3, que tienen como culminación el Tour de Flandes que pone fin a las clásicas flamencas con una de las pruebas ciclistas más importantes de toda la temporada.

Entre medias de las diferentes clásicas de piedras se desarrolla la primera clásica de la temporada con la Milán-San Remo, la carrera más larga de toda la temporada ciclista internacional, compuesta por un recorrido prácticamente llano hasta que en el final nos encontramos con los tres capos (Capo Mele, Capo Cervo y Capo Berta), con las últimas dos subidas a la Cipressa y al Poggio dónde la carrera suele reventar, hasta la llegada final a Vía Roma en San Remo.

El Tour de Flandes es desde hace muchos años una de las clásicas más importantes de toda la temporada caracterizada por sus colinas de adoquines que con el paso de los años se han convertido en emblemáticas como pueden ser el Paterberg, Kopenberg, Oude Kwaremont... Esta prueba tan icónica es un emblema del calendario ciclista internacional y por la que muchos ciclistas y aficionados esperan debido a su historia y su encanto.

Mientras se producen y desarrollan estas clásicas a lo largo del calendario se desarrollan y llevan a cabo una gran cantidad de otras carreras como la París-Niza, Tirreno Adriático, Volta Catalunya o la Strade Bianche. Son carreras muy importantes que los diferentes ciclistas y equipos tienen que saber separar el calendario entre las vueltas por etapas o las clásicas belgas.

Tras la finalización de las clásicas flamencas, comienzan otras pruebas ciclistas muy importantes como son la Itzulia o la Paris-Roubaix. Esta prueba para muchos es la clásica más importante del calendario ciclista internacional caracterizada por sus importantes tramos de piedras de diferentes categorías (de 1 a 5 estrellas) que une Compiègne con el Velódromo de Roubaix, esta prueba recibe el nombre de “El infierno del Norte” y es considerado para muchos una de las pruebas ciclistas más importantes que encontramos a lo largo del calendario ciclista.



Figura 3: Cobelli durante la París Roubaix 2021 (Google).

Tras estas pruebas de gran importancia, el calendario da paso a lo que se conoce como las clásicas de las Ardenas compuesta por el tríptico de Amstel Gold Race, La Flecha Valona y la Liege-Bastogne-Liege, el último de los 4 monumentos que hay durante la primavera ciclista y que da paso a una de las primeras Grandes Vueltas de la temporada, el Giro de Italia.

El Giro de Italia da comienzo a la primera Gran Vuelta de la temporada; las Grandes Vueltas se caracterizan de otras carreras, por ser una carrera por etapas de 21 días de duración. El Giro de Italia es una de las carreras ciclistas con mayor tradición ciclista que tiene una grandísima importancia. Está gran vuelta recorre todo Italia, pasando por los Dolomitas, la costa del mar Tirreno y del mar Adriático, con algunos pasos por Sicilia y con finales en Milán o Roma. El comienzo de esta gran vuelta da paso a 4 meses en los que la mayoría de los ciclistas se focalizan en las grandes Vueltas para estar preparados y hacer un gran papel en ellas.

Tras la finalización del Giro de Italia, todos los equipos ciclistas comienzan su focalización en el Tour de Francia con diferentes concentraciones en altura y dando paso a las últimas pruebas preparatorias como son el Criterium del Dauphiné, el Tour de Suiza y los campeonatos nacionales de cada país.

Tras estas pruebas preparatorias comienza el Tour de Francia, la prueba por excelencia del calendario ciclista internacional y de la que hablaremos detalladamente dejando claro su importancia ya que en España corresponde a la prueba ciclista más importante y en la que el aficionado presta una atención muy importante. Como se comenta al comienzo del contexto, el Tour es la prueba ciclista por excelencia y con una historia insuperable por la que han pasado cientos de ciclistas históricos que han conseguido convertirse en iconos del mundo del ciclismo y que su impronta quedará siempre asociada la “Grand Boucle”. Su historia, sumada a su dificultad y dureza la convierten en uno de los eventos deportivos más importantes de todo el mundo.

Tras la finalización del Tour, comienza una fase de “cierta tranquilidad” en la que encontramos pruebas importantes como son la Clásica de San Sebastián, seguida de cerca por la tercera y última gran vuelta de la temporada, la Vuelta ciclista a España; que pone el fin a la temporada de Grandes Vueltas por todo lo alto con ediciones en las que el espectáculo está asegurado.

Finalmente; llegan las dos últimas grandes pruebas de la temporada ciclista el Mundial, prueba de una historia muy importante y por la que miles de ciclistas sueñan con poder vencer y así poder vestir durante todo un año el maillot arcoíris que los acredita como campeones del mundo y finalmente llega el Giro de Lombardia, la última de los cinco monumentos que pone el punto final a la temporada ciclista internacional por todo lo alto.

Medios de comunicación y ciclismo en España

En España, los medios de comunicación son el instrumento que nos permite poder mantenernos informados en todo momento y saber cuál es la situación del ciclismo en la actualidad. Como recoge Juan Francisco de la Cruz Moreno (2002) :

El ciclismo es un deporte que vive del y por el periodismo. Vive del periodismo en la medida que la prensa se hace eco constante tanto de las diferentes competiciones que tienen lugar a lo largo de la temporada como de los pequeños rumores, chasquidos o cotilleos que acecen en el seno del pelotón. En este sentido, el ciclismo es uno de los pocos deportes que han logrado aparecer en la primera página de un diario, que ha logrado quebrar la sempiterna presencia del fútbol en la radio y, sobre todo, que ha conseguido que la televisión realice despliegues impresionantes.

El ciclismo en España ha sido siempre un deporte que se ha seguido desde hace muchos años, desde la irrupción de Bahamontes como primer ganador español del Tour de Francia, pasando por la época de dominio de Miguel Induráin y finalmente pasando por la época de Purito, Valverde y Alberto Contador. Los medios de comunicación han sido el nexo y la conexión entre los aficionados y los deportistas y los equipos desde tiempos antiguos. En el pasado incluso tenían más importancia ya que era la única manera que los aficionados tenían para poder estar informados de los diferentes sucesos, aunque en la actualidad juega también un papel fundamental tanto para poder ver los diferentes eventos deportivos en vivo, así como para conocer las noticias de última hora.

Aunque es cierto que los medios de comunicación han sufrido una evolución constante con el paso del tiempo con el fin de poder adaptarse a la nueva época y así poder dar una cobertura informativa acorde a lo que los aficionados demandan. Como recoge Daniel Montes (2019) las nuevas tecnología e internet han permitido que las personas puedan acceder a cualquier tipo de información a través una pantalla, lo que ha permitido que hoy en día podamos tener la posibilidad de difundir la información y llegar a un público mucho más amplio. Esta aparición de los medios digitales ha sido uno de las innovaciones y beneficios que se ha ido generando y desarrollando en nuestra sociedad con el paso de los años para adaptarse a la actual sociedad de la información.

En el año 2023, en España, el principal evento ciclista del año el Tour de Francia ha sido retransmitido por dos cadenas televisivas principales:

- Televisión Española (RTVE): TVE realiza la transmisión del Tour de Francia, como todos los años, siguiendo el modelo de dividir la etapa en dos cadenas el comienzo en Teledporte y el final de etapa en la 1. La narración en esta cadena sigue siendo desde hace muchos años la llevada a cabo por Carlos de Andrés con la colaboración de Pedro Delgado como comentarista. En muchas de las etapas contaban con la ayuda de algún personaje influyente del ciclismo como era el caso de Joaquim “Purito”

Rodríguez, Miguel Induráin o Samuel Sánchez. Además de la retransmisión del Tour de Francia, en RTVE se lleva a cabo la retransmisión de otros eventos ciclistas muy importantes como es el caso de La Vuelta ciclista a España o alguna de las grandes clásicas del calendario internacional como es el caso de la Liège-Bastogne-Liège, Paris-Roubaix o Tour de Flandes entre otros. Teledeporte, en el Tour de Francia de 2023, ha conseguido un share muy importante con 1.532.000 espectadores (15,7%) con la victoria de Carlos Rodríguez en la 14ª etapa o 1.318.000 espectadores (13,3%) con el final en Saint-Gervais Mont Blanc en la 15ª etapa, en la que en algunos momentos se alcanzaron picos de 4.496.000 millones de espectadores.

- Eurosport España: “La casa del ciclismo” es la televisión de pago que encontramos en España para poder ver el ciclismo en la que en las grandes vueltas y en las grandes clásicas contamos con una cobertura íntegra de la etapa de principio a fin de la mano de Juan Clavijo, Antonio Alix y Javier Ares, con los comentarios de Saúl Miguel Garrido, Juan Antonio Flecha, Eduardo Chozas y Alberto Contador. Esta cadena televisiva además cuenta con el análisis al terminar la etapa, en “La Montonera”, de algunos de los narradores y comentaristas a cargo de Laura Messeguer y Adrián García Roca, lo que permite poder realizar un análisis más exhaustivo y minucioso del transcurso de la etapa. Como recoge la propia web de Eurosport en la Vuelta Ciclista a España:

Con más de medio millón de visitantes diarios durante las tres semanas de carrera, la web de Eurosport España lidera el registro total de usuarios únicos en contenidos de “La Vuelta” respecto al resto de ediciones europeas de Eurosport.com, con un incremento del +118% respecto a 2022 (2023).

Del mismo modo, Eurosport (2023) recoge como “La Montonera” ha sufrido un incremento de audiencia también permitiendo un crecimiento de dos dígitos durante la Vuelta Ciclista a España y logrando los mejores números de toda su historia.

En España, la radio, es un medio que se sigue mucho menos y de una manera más marginal que la que podemos encontrar en la televisión o en las plataformas digitales. Tal y como recoge Laura Álvarez (2020):

En cuanto a la radio, según los datos aportados por el Estudio General de Medios, en 2019 la Cadena Ser terminó con 3.895 oyentes diarios, seguido por la Cadena COPE con 2.960. Ambas destinan al menos una hora cada día de gran vuelta para la transmisión de los kilómetros finales de la etapa y, además, la Cadena COPE cuenta con un programa dedicado al ciclismo exclusivamente, COPEdaleando, donde diariamente hacen eco de las noticias del ciclismo en su web y que, durante las tres grandes vueltas, publican podcast comentando lo mejor de cada etapa.

Estos datos muestran como hoy en día el público que encontramos en la radio es mucho más marginal comparándolo con los otros gigantes de la comunicación en España. Los datos que recoge el EGM en la 2ª ola del año 2023 son muy similares en tanto que la Cadena Ser continúa con 3.975 oyentes mientras que es seguida de la COPE con 3.199 oyentes. La principal diferencia que podemos encontrar en estos casos es que a la retransmisión por parte de la radio es mucho más pobre en cuanto a horas de cobertura y kilómetros de cobertura que puede ser en otros sitios como Eurosport o RTVE, lo que atrae a un público mayoritario a estas cadenas.

En la actualidad han surgido una serie de formatos que complementan a los métodos tradicionales que nos permiten estar informados de manera diaria sobre las noticias más importantes del ciclismo. Los podcast se han convertido en una manera sencilla y muy fácil de poder informarnos sobre determinados temas ciclistas que incluso son seguidos por muchas personas diariamente; uno de los podcast más destacados a nivel nacional es el podcast llevado a cabo por David García (A Pie de Puerto) y por Albert (A cola de Pelotón) que

diariamente de lunes a viernes por las mañanas nos dan las últimas noticias ciclistas del día y nos permiten de una manera más dinámica obtener esta información que podemos obtener también a través de los medios de comunicación convencionales. Estos podcasts incluso son subidos a la plataforma de YouTube lo que permite a los diferentes usuarios poder verlos repetidos a la carta incluso desglosando los diferentes temas que se tratan a lo largo del podcast gracias a las diferentes herramientas que ofrece la plataforma de YouTube

Una de las principales ventajas que ofrecen este tipo de podcast es que los diferentes aficionados ciclistas pueden interactuar con los locutores a través de los chats y mantener una conversación intercambiando puntos de vistas sobre los temas, además la interacción no solo se limita a los locutores sino que al tener un chat público y en abierto podemos interactuar con diferentes usuarios, lo que permite que a raíz de los diferentes temas deportivos que se planteen vayan surgiendo otros temas interesantes a poder comentar.

Estos métodos de comunicación resultan muy interesantes para poder estar informados de estas noticias diarias e incluso se pueden compaginar con otras tareas. Hasta tal punto se ha extendido este método de comunicación, que incluso ciclistas como es el caso de Geraint Thomas han creado su propio podcast en el que hablan sobre noticias de actualidad que permiten a sus aficionados anglosajones mantenerse informados, incluso en algunos casos cuentan con invitados de lujo o personalidades importantes que ayudan a hacer esta charla más interesante aún si cabe.

Entrevista a Joxean Fernández “Matxin”

Joxean Fernández “Matxin” (22/12/1970, Basauri), es actualmente el *sport manager* del mejor equipo ciclista del mundo el UAE Team Emirates. Como director deportivo Matxin ha tenido una larga carrera en la que ha trabajado para numerosos equipos ciclistas como Lampre (antiguo UAE), Quick-Step, la selección chilena de ciclismo y finalmente desde 2017 en el equipo UAE.

Matxin, además de su labor como director deportivo también ha destacado por las labores de *Scouting Talent* en las que ha conseguido llevar a primera plana mundial a ciclistas que hoy en día son figuras en el mundo del ciclismo como Philipsen (el mejor esprintero del mundo hoy en día) o Tadej Pogacar (el mejor ciclista del mundo).



Figura 4. Matxin (izquierda) y Pogacar (derecha) después de ganar el Tour de 2020.

La entrada de Matxin, ha dado lugar a que hoy en día el equipo UAE Team Emirates se haya convertido en un equipo referente a la hora de sacar y atraer nuevos talentos como pueden ser Isaac del Toro, Juan Ayuso, Igor Arrieta, Jan Christen o Antonio Morgado. Hoy en un momento del ciclismo, en el que los jóvenes salen tan bien preparados, el asegurarte unos corredores de

esta calidad y con un futuro tan prometedor te puede permitir posicionarte en un escalón mundial muy superior; de ahí que el papel y el impacto que Matxin ha tenido en el UAE Team Emirates es muy importante y mucho mayor del que se puede llegar a pensar.

En estos últimos años, el UAE ha seguido optando por seguir esta política de captación de jóvenes, en cierto modo impulsada por Matxin, con la creación del UAE Team Emirates Gen Z en la que se permite la formación y el desarrollo de ciclistas más jóvenes para después impulsarlos al primer equipo. Lo que queda claro que la formación y captación de jóvenes del equipo de Joxean resulta un pilar fundamental.

Pero no solo destaca la labor de *scouting*, sino que el trabajo de Matxin va mucho más allá; entre otras cosas es una de las personas implicadas en la realización de los calendarios que los corredores tendrán durante la temporada para poder sacar el máximo rendimiento de los ciclistas y competir en lo que mejor les conviene. Matxin cuenta una anécdota en la entrevista que se le realiza en el canal de YouTube "FAN Team": en el primer año de competición de Tadej Pogacar en el equipo UAE los directores deportivos le habían puesto un calendario de carrera de 36 días, en los que se encontraba una carrera muy complicada como es la Paris-Roubaix (carrera que a día de hoy aún no ha corrido). Matxin al ver esto comenta qué pidió a los directores cambiar el calendario y adaptarlo a ellos ya que como los considera Matxin son "campeones". En anécdotas como estas es dónde se puede ver a la perfección que el papel de profesionales como Matxin, que no solo se limita al aspecto deportivo, sino que el papel del cuidado personal de los ciclistas es un elemento clave y fundamental que se tiene que cumplir para un correcto funcionamiento de uno de los mejores equipos ciclistas del mundo y en cualquier aspecto de la vida.

La importante evolución que ha tenido el equipo ciclista UAE Team Emirates con el paso de los años en el pelotón internacional es un hecho muy difícil de conseguir debido a que la competencia que hay en el pelotón internacional hace que el hecho de poder estar arriba dependa de pequeños detalles o como también se conoce en el mundo del ciclismo las "ganancias marginales". En el año que Matxin entra al equipo UAE Team Emirates el equipo ocupaba la undécima posición en el ranking de equipos, mientras que a finales del año 2023 ocupa la primera posición del ranking World Tour; el hecho de conseguir este objetivo resulta una labor en equipo en la que todos las personas que trabajan funcionen como una máquina bien engrasada, y en parte el papel que tiene Matxin en el equipo es lograr tener una plantilla perfectamente equilibrada y compensada que precisamente les ha llevado a convertirse en el mejor equipo del mundo.

18/228 results.						
#	Prev.	Diff.	Team	Class	Points	
1	1	-	Quick-Step Floors	WT	9062	
2	2	-	Team Sky	WT	8951	
3	4	▲1	BMC Racing Team	WT	8739	
4	3	▼1	Movistar Team	WT	6616	
5	18	▲13	Team Sunweb	WT	6596	
6	12	▲6	Trek - Segafredo	WT	6431	
7	9	▲2	Lotto Soudal	WT	6002	
8	6	▼2	ORICA-Scott	WT	5973	
9	11	▲2	AG2R La Mondiale	WT	5808	
10	23	▲13	BORA - hansgrohe	WT	5780	
11	15	▲4	UAE Team Emirates	WT	5392	
12	16	▲4	Team LottoNL-Jumbo	WT	5326	
13	8	▼5	Team Katusha Alpecin	WT	5199	
14	7	▼7	Astana Pro Team	WT	5085	
15	10	▼5	Cannondale - Drapac Pro Cycling Team	WT	5041	
16	14	▼2	FDJ	WT	4830	
17		new	Bahrain Merida Pro Cycling Team	WT	4770	
18	17	▼1	Team Dimension Data	WT	3882	

18/199 results.					
#	Prev.	Diff.	Team	Class	Points
1	3	▲2	UAE Team Emirates	WT	11090
2	2	-	Jumbo-Visma	WT	10816
3	1	▼2	INEOS Grenadiers	WT	8092
4	7	▲3	Soudal Quick-Step	WT	7688
5	5	-	Bahrain - Victorious	WT	7214
6	8	▲2	Alpecin - Deceuninck	WT	6340
7	4	▼3	BORA - hansgrohe	WT	6316
8	9	▲1	Groupama - FDJ	WT	6184
9	13	▲4	Lidl - Trek	WT	6084
11	16	▲5	EF Education - EasyPost	WT	5282
12	17	▲5	Team Jayco AlUla	WT	5074
13	10	▼3	Movistar Team	WT	5062
14	6	▼8	Intermarché - Circus - Wanty	WT	4843
15	11	▼4	Cofidis	WT	4763
16	12	▼4	AG2R Citroën Team	WT	4625
17	18	▲1	Team dsm - firminich	WT	4508
20	14	▼6	Team Arkéa Samsic	WT	3648
21	21	-	Astana Qazaqstan Team	WT	3189

Figura 5. Clasificación UCI por equipos 2017 (procylingstats) y Figura 6. Clasificación UCI por equipos 2023 (procylingstats).

El hecho de que Matxin lleve involucrado en el mundo del ciclismo tantos años, los primeros como ciclista amateur y profesional y desde principios de los años 2000 como director deportivo, hace que poder entrevistarle y hablar con él ha sido una parte fundamental del trabajo. Su experiencia y su conocimiento resulta de gran ayuda para explicar de una mejor forma la evolución que ha habido en los medios de comunicación con el paso del tiempo y el papel fundamental y la influencia que pueden tener determinados ciclistas en el mundo del ciclismo.

[En la entrevista realizada a Matxin](#), decidí estructurarla en diferentes bloques de preguntas que me ayudasen a complementar el TFG y así poder desarrollar algunos bloques que en mi trabajo considero que son completamente necesarios.

En la primera parte de este bloque de preguntas, decidí centrarme en realizar unas preguntas a Matxin relacionadas con los medios de comunicación y así poder verlos desde la perspectiva que puede tener una persona que se encuentra dentro del mundo del ciclismo. Las primeras preguntas realizadas tenían un carácter más genérico centrándome sobre todo en conocer la opinión que Matxin tiene de los medios de comunicación y de su evolución con el paso del tiempo; estas primeras preguntas de un carácter más general resultan de gran ayuda para así de esta forma poder enlazar estas preguntas conocido su opinión con otras un poco más específicas; las siguientes preguntas para Matxin se basaban en cuestiones un poco más específicas relacionadas con la influencia de los medios de comunicación en la labor de un equipo ciclista. Al ser un director deportivo, opté por poder preguntarle una serie de cuestiones relacionadas sobre cómo pueden ayudar los medios de comunicación a la realización del desarrollo deportivo de uno de los mejores equipos ciclistas; del mismo modo, el hecho de poder preguntar como los diferentes sponsors o medios de comunicación pueden influir en estos equipos ciclistas resulta muy interesante ya que obtenemos la información de una persona que precisamente su trabajo se basa en poder gestionar todas estas cosas.

La segunda parte del bloque de preguntas deja un poco de lado el tema de los medios de comunicación y se centra más en las figuras influyentes que encontramos en el ciclismo hoy en día y en las figuras influyentes que había en el ciclismo en años anteriores. A día de hoy en el ciclismo una de las figuras más influyentes que encontramos es Tadej Pogacar, ciclista que forma parte del equipo UAE Team Emirates y cuyo “padre deportivo” es Matxin, el hecho de poder hablar sobre figuras de estas características con una persona que trabaja con, actualmente, el mejor ciclista del mundo nos permite obtener un pensamiento claro sobre la manera que estas figuras influyen en el deporte; de este mismo modo, Matxin, es una persona que lleva trabajando en el mundo del ciclismo muchos años por lo que sabe y tiene

conocimientos de cómo la figura de los ciclistas de élite han cambiado desde la época de Miguel Induráin hasta la época actual con Tadej Pogacar.

Y finalmente, el último bloque de preguntas se basa en unas preguntas más breves que se aleja algo de la temática del TFG pero que ayudan a conocer de mejor manera a Matxin, su equipo el UAE Team Emirates o su manera de ver el ciclismo hoy día.

La evolución del ciclismo con el paso de los años supone uno de los pilares básicos del trabajo; Matxin nos comenta como desde su punto de vista la evolución del ciclismo desde los años 80 hasta la actualidad ha tenido un impacto importantísimo ya que textualmente recoge como es un deporte prácticamente diferente debido a numerosos factores como la velocidad o la preparación, que han cambiado de manera drástica, incluso mencionando como esta evolución en tan poco tiempo puede venir generada del carácter de los corredores de querer demostrar que son corredores históricos y su carácter épico. A raíz de esta evolución del ciclismo, con el paso del tiempo ha condicionado que la opinión pública haya cambiado su manera de percibirlo, ya que no es lo mismo la opinión en los años 80, que la que pueden tenerla hoy en día; se podría decir, en cierto modo, como la percepción de la opinión pública cambia a raíz de que el ciclismo lleva a cabo este proceso evolutivo.

Los medios de comunicación suponen la herramienta a través del cual las personas pueden mantenerse completamente informadas sobre las actualidades deportivas y tener un punto de vista mucho más amplio sobre aquello que sucede y se lleva a cabo. Matxin comenta como hoy en día los medios de comunicación, enfocan su contenido en aquello que a ellos les garantiza un mayor público y mayores ventas; aquí en este aspecto, es donde Matxin precisamente recoge como ese es el fallo que muchos de los medios, considerando que son generalistas acaban siendo muy locales ya que se centran en aquello que aporta más beneficios en vez de centrarse en aquello que verdaderamente es noticia.

Pero precisamente, la aparición de diferentes formas de comunicación con el paso de los años ha aportado una gran cantidad de ayudas y beneficios a las labores de los diferentes equipos ciclistas, a la hora de poder desarrollar la actividad deportiva de la mejor manera posible. En este aspecto Matxin nos comenta una cosa muy importante, como es el hecho de que a día de hoy en este aspecto el ciclismo es un deporte que se encuentra atrasado con respecto a otros y que es necesario una evolución; poniendo como ejemplo que en el ciclismo se utiliza un tipo de radio que se lleva por cable y con pinganillo, que es una cosa que queda un poco obsoleta teniendo en cuenta la gran cantidad de facilidades que tenemos hoy en día a través de las conexiones inalámbricas, que ofrecen una gran cantidad de ventajas con respecto al cable. También menciona que hoy en día estas ventajas no se pueden tener debido a que en el mercado no existe una radio capaz de poder abarcar esa cantidad de terreno o ser existente al sudor entre otras cosas. En este aspecto sí que recoge como el ciclismo y el deporte en general deberían adaptarse a los nuevos tiempos y poder tener un material que ofrece estas ventajas acordes con nuestra sociedad.

La televisión es uno de los elementos y medios más importantes dentro de las carreras ciclistas. Matxin comenta el ejemplo de que tras la caída en la etapa 4 de la Itzulia el podio pasó a un segundo plano debido a los medios de comunicación y las televisiones. Este ejemplo muestra como al acabar la cobertura televisiva de inmediato el podio pasó a un segundo plano y no se retransmitió por ningún sitio como si no hubiese existido, dejando claro como la cobertura televisiva es una de las principales razones de su emisión. Al fin y al cabo, estos medios de comunicación son los elementos que permiten poder difundir estas ceremonias en las que se premia a los corredores y sirven como elemento de propaganda de los diferentes patrocinadores que encontramos en las diferentes carreras ciclistas, recalcando como a día de hoy en el ciclismo la televisión es el medio de referencia en este aspecto, en gran parte gracias

a la inmediatez, teniendo un papel mucho más importante que los medios escritos, que en los años 80 eran el medio de referencia.

Una de las cosas que destaca Matxin es la importancia que los deportistas tienen hoy en día y que generan que la evolución del ciclismo haya sido de tal magnitud. A raíz de la pregunta realizada, Matxin comenta como en muchos casos ciclistas de la magnitud de Pogacar, Vingegaard... Pueden llegar a influir en otros ciclistas a la hora de planear su calendario ciclista internacional, pero matizando en cómo esta influencia que generan estos ciclistas es muy limitada ya que únicamente hay 3 o 4 ciclistas en el mundo que pueden realizar estas proezas e imitarlos. A través de esto queda claro como ciclistas como Pogacar tienen capacidad de influir en otros ciclistas de talla mundial como pueden ser Vingegaard o Evenepoel entre otros, dejando claro como estos ciclistas además de ser referentes para los aficionados pueden influir, en cierto modo y teniendo en cuenta las preparaciones de cada equipo, en otros ciclistas que son considerados como los mejores ciclistas del mundo.

La comparativa entre las figuras ciclistas en la actualidad comparadas con las figuras que había en el siglo XX, desde el punto de vista del aficionado, se ha mantenido muy estable existiendo siempre referentes que los aficionados consideraban como ídolos pese a que la sociedad de la información haya cambiado drásticamente y encontremos una sociedad mucho más conectada. La pasión ciclista es uno de los elementos más característicos en el ciclismo desde años inmemoriales, Matxin comenta como la pasión con Eddy Merckx se vivía de manera diferente a la actualidad, basándose y apoyándose en los medios escritos, pero siempre manteniendo ese apoyo hacia el ciclista; mientras que hoy en días la pasión hacia ciclistas como Tadej Pogacar puede llevarse a cabo a través de las redes sociales que suponen un medio interactivo muy importante que se consigue compaginar a la perfección con las formas comunicativas que se usaban en los años de Eddy Merckx precisamente, como la prensa escrita. Matxin comenta como en gran parte en España el seguimiento a un ciclista como Tadej Pogacar, esloveno, resulta muy destacado prácticamente a cada lugar al que va demostrándole un gran cariño; esto en gran parte se puede llevar a cabo gracias a la sociedad de la información que nos permite poder estar conectados y conocer a los deportistas de una manera mucho más personal y conociendo muchos aspectos de la personalidad y vida de los deportistas.

Como pregunta final, Matxin comenta como hoy en día los medios de comunicación son un elemento imprescindible en el ciclismo, ya que sin ellos no podríamos estar informados ni ver las carreras, por lo que el ciclismo pasaría a un segundo plano. Del mismo modo, las personas al no verlo sería un acontecimiento que se podría decir que no existe o que hubiese una reducción muy grande del número de aficionados que se interesasen por este deporte.

Como conclusión de la entrevista, queda claro como el ciclismo es un deporte que ha sufrido una importante evolución con el paso del tiempo, en el que han cambiado muchísimos aspectos del deporte; esta evolución ha ido de la mano con la evolución de los medios de comunicación que desde el surgimiento del ciclismo han sido un elemento fundamental y con el paso de los años está consiguiendo una mayor importancia si cabe, ya que a día de hoy las televisiones generan mucho y son las encargadas de gestionar muchos aspectos de las carreras ciclistas. Los deportistas juegan un papel fundamental en el ciclismo, más cuando son figuras influyentes e icónicas del pelotón ciclista, que son aquellas que permiten, en gran medida, poder captar a un mayor público a este deporte y permitir que la evolución del ciclismo sea constante permitiéndose adaptar a los nuevos tiempos. Del mismo modo, la presencia de corredores como Vingegaard, Tadej, o Evenepoel son completamente necesarias para lograr que el ciclismo continúe creciendo con el paso de los años y siga manteniendo esta tendencia en auge que encontramos en los últimos años.

Entrevista a Dani Miranda

Entrevista Dani Miranda en Anexos.

Daniel Miranda nació en Arenas de San Pedro en el año 1995. Se licenció en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, en el año 2016 comenzó su andadura en el diario AS en el apartado de Más Deporte; a lo largo de toda su trayectoria en el diario ha cubierto diferentes deportes como fútbol sala, balonmano y redactaba determinados artículos de ciclismo. Sus primeros eventos ciclistas comenzaron en carreras como el Tour de Arabia o la Titan Desert, tras estos primeros envíos en el año 2022 comenzó a ser el enviado especial de AS en pruebas ciclistas World Tour más importantes como el Tour de Francia, Volta a Catalunya y diferentes carreras que se disputan en otros países a lo largo del año. Como recoge AS (2024) Dani Miranda “Hizo para AS la última entrevista en activo a Alejandro Valverde, escasas horas antes de su carrera final en el Giro de Lombardía”.



Figura 7. Dani Miranda con Jonas Vingegaard (2022) (Instagram).

Decidí realizar algunas de estas preguntas tanto a Dani Miranda como a Joxean Fernández “Matxin”, para de esta manera poder obtener los puntos de vista de dos personas que se encuentran dentro del mundo del ciclismo, pero con cargos diferentes: Dani Miranda como reportero especializado en ciclismo, y “Matxin” como director deportivo del mejor equipo UCI World Tour del año 2023. Al realizar estas entrevistas a diferentes figuras del mundo del ciclismo, se puede ver una idea clave que muestran tanto Dani como “Matxin” y es el hecho de que el ciclismo con el paso del tiempo ha evolucionado en gran medida, incluso en poco tiempo ya que como Dani comenta desde que entró en la redacción de AS de enviado especial en el año 2019, en sólo 5 años de diferencia el cambio del ciclismo en los medios de comunicación ha sido notable; lo que nos demuestra que si en este periodo de tiempo los cambios han sido de esta magnitud, la evolución desde principios del siglo XXI o finales del siglo XX ha sufrido una variación más considerable de lo que en un principio puede llegar a parecer.

La entrevista a Dani Miranda aporta un punto de vista más novedoso, desde la perspectiva del periodista que al final es una de las personas que mejor conocen la situación de los medios de comunicación con el paso de los años y cómo funciona. Gracias a esta entrevista Dani nos ha aportado una manera de ver la evolución del papel del periodista y de la evolución de los medios de comunicación desde el año 2019 que comenzó a cubrir diferentes eventos ciclistas hasta la actualidad, en la que en otras cosas hemos atravesado una pandemia mundial que afectó al papel del periodista y su trabajo.

Al poder realizar la entrevista a uno de los principales periodistas, en cuanto a ciclismo se refiere, en España podemos sacar y obtener importantes conocimientos sobre la manera de trabajar de un periodista y cómo realizar el trabajo de la mejor manera posible. En la pregunta realizada sobre la planificación informativa de una gran vuelta, Miranda (2024) nos aporta datos sobre cómo, en este caso él, lleva a cabo la preparación informativa de una Gran Vuelta en la que nos comenta el ejemplo de que este año al cubrir el Tour de Francia de 2024, tiene pensadas algunas ideas para homenajear a Marco Pantani ya que este año en la etapa 2 del Tour saldrá de la localidad en la que murió "El Pirata".

Esta entrevista además de aportar datos sobre la manera que tienen de trabajar los periodistas en los diferentes eventos ciclistas y hablar sobre la evolución de los medios, Dani nos aporta también algunos consejos y recomendaciones para que una persona pueda acabar dedicándose al periodismo deportivo; consejos que vienen de uno de los periodistas ciclistas más reconocidos hoy en día.

Con la entrevista a Dani Miranda podemos sacar muchas cosas en claro y clave, que muestran la dificultad y la evolución de la cobertura informativa en el ámbito ciclista que permite que estemos completamente informados y enterados.

Miranda (2024) nos comenta como la evolución de la cobertura informativa del ciclismo es clara y se ha producido a lo largo de los años, incluso en pocos años se producen una serie de cambios muy destacados. Dani comenta como desde que comenzó a cubrir el ciclismo en la Vuelta a España del año 2019; la cobertura informativa ha cambiado sobre todo enfocada hacia un mayor interés enfocado en el contenido multimedia, contando como la llegada de internet ha cambiado la manera de cubrir el ciclismo en poco tiempo. Dani trabaja en el diario AS (prensa escrita) como enviado especial a muchas de las carreras del calendario ciclista internacional, la capacidad de poder adaptar un medio de comunicación escrita al ámbito multimedia supone un elemento imprescindible, ya que la mayor parte de las interacciones hoy día para acceder a la información es a través de las webs o redes sociales.

Del mismo modo, Miranda (2024) comenta como el trato de los diferentes equipos ciclistas hacia los medios es un elemento muy importante que hay que tener en cuenta ya que el periodismo supone un mundo difícil, en el que hay que saber qué preguntar y de qué teme hablar. El ciclismo es un deporte que también cuenta con estrellas mediáticas con las que hay que saber tratar y lidiar de ahí que el acceso a diferentes corredores como pueden ser Pogacar o Vingegaard tiene una mayor dificultad debido a la gran demanda que tienen.

En relación con esto, Dani comenta cómo hoy en día las grandes figuras mediáticas y ciclistas como son Van der Poel, Vingegaard o Pogacar, entre otros, son figuras que están haciendo que el aficionado medio vaya acercándose al ciclismo poco a poco gracias a la época en la que nos encontramos hoy en día, para muchos considerada "La época dorada del ciclismo". Del mismo modo, Dani recoge un símil interesante; enfocado en lo importante que es el hecho de que existas figuras mediáticas en el deporte para conseguir atraer a un mayor número de aficionados al ciclismo y permitir que se aficionen a ello, comparando figuras como Miguel Induráin que tuvo un impacto mediático muy importante en los años 90 en el ciclismo mundial y en España, con las figuras que encontramos a día de hoy que pese a no ser españolas permite que muchos de los aficionados en nuestro país deciden sentarse delante del televisor para ver cualquier carrera desde las clásicas de la primavera hasta el Tour de Francia.

Hoy en día, Dani Miranda es uno de los periodistas especializados en ciclismo más destacados que encontramos en nuestro país y es encargado de cubrir los eventos ciclistas más importantes y entrevistar a los ciclistas más importantes que encontramos hoy en día. La labor del periodista deportivo no es un trabajo para nada fácil y más teniendo en cuenta la preparación informativa que las diferentes pruebas ciclistas requieren y más teniendo en

cuenta las Grandes Vueltas en las que hay que encargarse de la planificación durante 25 días de carrera. Dani Miranda nos comenta como el hecho de la preparación informativa de una Gran Vuelta, como puede ser el Tour de Francia (carrera que cubre desde el año 2022), la labor del periodista va más allá de lo meramente informativo ya que hay que poder gestionar y controlar la logística, como pueden ser los hoteles de cada lugar por el que pasa la “Grand Boucle”, saber por dónde pasa y cada secreto de los rincones... Del mismo modo la preparación informativa es crucial, ya que en muchos casos llevar las entrevistas preparadas o gestionadas es importante y ya tras el transcurso de la carrera es muy importante saber cómo ir adaptándose la situación en carrera para poder ofrecer un contenido que verdaderamente se adapte a las necesidades del lector.

Dani nos pone un ejemplo sobre la importancia de la preparación informativa comentando como este año el comienzo de la etapa 2 del Tour de Francia sale de Cesenatico, localidad donde falleció Marco Pantani, en la que Dani nos comenta como tiene una serie de ideas pensadas para homenajear a Pantani.

Con esta entrevista conseguimos entender a la perfección cómo la cobertura informativa ciclista, desde el punto de vista de un periodista, es una labor muy importante en el que la planificación juega un papel tremendamente importante, la evolución informativa que se ha producido con el paso de los años es un elemento importante a recalcar teniendo en cuenta que internet y las redes sociales se han convertido hoy en día en uno de los elementos claves en el aspecto informativo, y como último el papel de las figuras influyentes dentro del ciclismo juegan un papel muy importante ya que son los principales responsables de que el ciclismo sea un deporte que se encuentra en auge y que del mismo modo consigue atraer a un importante número de aficionados nuevos. Gracias a la aparición de estas figuras influyentes, la evolución de los medios de comunicación hacia una forma de cobertura más enfocada en al ámbito digital, aunque manteniendo la esencia de la prensa escrita, y la importante labor del periodista hoy en día con su gran trabajo se está consiguiendo que el ciclismo poco a poco sea un deporte que sea considerado “de verano”, fecha del Tour de Francia, y se considere un deporte y forma de entretenimiento que podemos ver y disfrutar durante todo el año.

Entrevista a David García (A pie de puerto)

David García es actualmente una de las personas más involucradas con la creación de contenidos en España, se podría decir que es de las primeras personas en haber llevado a cabo la creación de contenidos en España especializado en ciclismo que ha conseguido atraer a un importante número de aficionados a su podcast.

David (2024) comenzó su carrera en la Universidad de Burgos, especializándose siempre en todas las tareas más enfocadas en la radio; tras terminar los estudios comenzó su labor de Redactor y Locutor en RNE España en el área de deportes especializándose en muchos casos a la hora de cubrir tanto Giro de Italia, Tour de Francia y Vuelta España. Además, llevó a cabo tareas de enviado especial en dos ediciones del Tour de Francia y otras dos de la Vuelta España, aunque no solo se ha enfocado en el ciclismo, sino que también en fútbol sala sea encargado de narrar la Champions, Copas de España...



Figura 8. David García (LinkedIn).

En el año 2020, David comenzó su tarea de redactor durante La Vuelta España 2020, la de la pandemia, enfocándose a realizar la redacción del minuto a minuto de cada etapa, traducción de textos y entrevistas a ciclistas y creación de contenidos previos. En el verano de 2021 comenzó sus labores enfocadas con la plataforma de Twitch ya que fue el encargado del lanzamiento, creación y gestión de canal que RTVE que utilizó para la programación diaria de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 y del Programa especial de La Vuelta a España 2021.

Desde abril del año 2021, David es el encargado de llevar a cabo la creación de contenidos en el canal oficial de Twitch de la Vuelta a España, en el que los jueves se realizan entrevistas, contenidos y análisis sobre La Vuelta a España.

En junio del año 2020, lanzó su primer proyecto que fue la creación de su canal de YouTube y podcast “A Pie de Puerto”; este canal se centra en la realización de contenido sobre ciclismo profesional en el que se abarcan entrevistas, análisis, previas y todas las novedades. En su podcast que realizan cada mañana de lunes a viernes, colabora con Albert Rivera, y tratan temas de actualidad ciclista internacional en la que los espectadores pueden interactuar con ellos, dar puntos de vista... Hoy en día este podcast, es uno de los pioneros y más importantes en España en cuánto a ciclismo se refiere, que ha generado que incluso otras personas se hayan inspirado en él para poder hacer un producto parecido.

[La entrevista realizada a David García](#) aporta unos datos muy interesantes: En cuanto a la evolución de la manera de cubrir el ciclismo con el paso de los años, David recoge como hoy en día ha habido una cierta evolución sobre todo centrada en la labor comunicativa de los equipos. Comenta el hecho de que hoy en día los equipos tienen la labor de tratar de acercar al público y a los aficionados el ciclismo con el fin de vender más el deporte, aunque una cosa muy interesante que menciona David es que desde su punto de vista en cuanto a la evolución de los medios de comunicación nos encontramos en una posición de inmovilidad desde los últimos años; comentando como en algunos casos los equipos eran reticentes a realizar entrevistas por Zoom, entre otras cosas, cosa que al fin y al cabo a día de hoy se ha convertido en un habitual lo que muestra un cierto cambio en los aspectos comunicativos.

David comenta como en los últimos años en la opinión pública se ha mantenido, de cierta forma estable, pero comenta como la aparición de figuras importantes como son el caso de Pogacar y el conocido “Big-6” ha generado un mayor interés por muchas personas en poder estar informados de la práctica deportiva y de todo aquello que generan. Comenta como, en

España, el papel de deportistas nacionales no tiene tanto impacto en el aficionado, aunque con el paso del tiempo con la aparición de nuevas figuras nacionales repuntará. Pese a esto la aparición de importantes figuras y estrellas en el ciclismo ha conseguido que el público español siga aficionado se y teniendo un mayor interés por el ciclismo. Del mismo modo, David destaca como hoy en día quizá no hay tanto interés por ciclistas diferentes, sino que el público tiene más interés por las diferentes pruebas ciclistas del calendario internacional, mientras que antes únicamente se centraban en Tour o Vuelta.

El papel de figuras como Pogacar o Vingegaard da lugar a que, en la creación de contenidos, aquel material que está enfocado sobre todo en temas de actualidad sobre ellos genera que la opinión pública tenga un mayor interés aún si cabe, generando mucho más que otros temas que quizá pasan a un segundo plano, debido a que las proezas y hazañas que logran estos ciclistas y que de esta forma atraen a un público muy mayoritario que acaba aficionándose al deporte. Del mismo modo, el papel de los equipos en la creación de contenidos con el fin de mostrar a los ciclistas de una manera mucho más natural busca este acercamiento.

Precisamente, el hecho de que estos ciclistas realicen cosas extraordinarias es uno de los elementos que atraen a un mayor público al ciclismo ya que realizan cosas que se salen de lo normal y de lo que comúnmente se ha hecho. De la misma forma el hecho de que compitan entre ellos permite que se logre que este público se aficione al ciclismo ya que ofrecen unos espectáculos nunca vistos, como han sido los dos últimos Tour de Francia con las batallas entre Pogacar y Vingegaard.

En cuanto a los medios generalistas, David considera como hoy en día a excepción de medios deportivos importantes como pueden ser el diario AS o Marca, los demás medios han dejado un poco de lado la especialización y nos encontramos con situaciones como que el ciclismo en ciertos medios no tenga espacio debido a que la mayor parte del contenido se centra en su totalidad en fútbol, baloncesto... Este principal problema puede ser un elemento que genere que personas que tiene interés por poder ver el ciclismo decidan consumir las nuevas plataformas buscando precisamente una información más precisa y exhaustiva. Hay que tener en cuenta que la repercusión que tienen estas plataformas con respecto a las tradicionales como puede ser Eurosport o el Diario AS resulta muy drástica y abismal en favor de los medios tradicionales, aunque bien es cierto que David recoge como con el paso del tiempo esta diferencia irá compensándose, aunque siempre salvando la distancia entre estas plataformas tan importantes. David, destaca la importancia, de que estas nuevas plataformas, a diferencia de los medios generalistas, están mostrando la actualidad de forma diaria mientras que estos otros medios aparecen únicamente en momentos puntuales.

Una de las principales ventajas que tiene el podcast de David viene en el hecho de que a pie de Puerto el tratamiento que se realiza del ciclismo es desde un punto de vista más periodístico basándose en los análisis y aspectos más específicos del deporte.

Bien es cierto que el acceso a diferentes equipos ciclistas o para entrevistar a ciclistas no depende tanto de la plataforma en la que se trabaje, sobre todo hoy en día que estas plataformas son más conocidas, sino sobre todo enfocado en la imagen que cada persona se labre como profesional de la información. Los medios de comunicación sí que es cierto que en algunos casos tienen ciertas facilidades para acceder a las entrevistas, como es lógico debido a la historia del medio, aunque no de una manera tan drástica como ocurría años atrás; pero el factor crucial y que es más importante para poder acceder a entrevistas u otros aspectos, sobre todo en el *streaming*, es la figura del periodista ya que es aquello que prevalece y que interesa a los diferentes equipos ciclistas.

Aunque el inconveniente que encontramos con estas plataformas es que hoy en día se ha producido una masificación de ellas, y en muchos casos los diferentes equipos ciclistas tienen

que realizar una criba para saber a qué medios dar las entrevistas con respecto a otros. Aquí es donde entra el papel de los jefes de prensa que son las personas encargadas de gestionar las entrevistas que se conceden y las que no, pero con respecto a esta figura, David comenta como en muchos casos, en este aspecto, se ponen muchas dificultades lo que perjudica mucho la labor del periodista.

Una de las últimas preguntas, trata sobre uno de los temas más importantes en cuanto al periodismo deportivo, como es la manera de cubrir el deporte femenino y en este caso el ciclismo, enfocado sobre todo en la Vuelta a España femenina que se celebró en los meses anteriores. En cuanto al ciclismo femenino David recoge como ha habido una clara evolución con el paso de los años por el simple hecho de retransmitir etapas y generar un mayor interés en este evento, aunque es cierto que considera que pese a esto todavía queda una evolución importante que llevarse a cabo destacando como desde su punto de vista en el calendario femenino unas carreras tendrán mucha importancia y otras muy poca, consiguiendo picos altos pero no un público constante que se logrará con el paso del tiempo.

Bien es cierto que el hecho de la afluencia de un mayor público de otros años y del interés de diferentes personas en los medios de comunicación, que ha aumentado últimamente el consumo de contenido de ciclismo femenino, son algunos de los pasos adelante que se han dado con el fin de lograr esta igualdad de género en ambos deportes. Estos pequeños pasos que se dan acabaran generando que el ciclismo femenino acabará obteniendo una importancia si no igual muy parecida con el ciclismo masculino y así poder lograr una igualdad de oportunidades.

La entrevista con David aporta una serie de datos muy interesantes desde el punto de vista de una nueva plataforma de comunicación como es el *streaming*. Desde el punto de vista de David la evolución del ciclismo se ha llevado a cabo sobre todo con el fin de acercar el deporte al aficionado, en el que las diferentes estrellas ciclistas consiguen precisamente atraer a un público gracias a este nuevo ciclismo que para muchos es considerado como la “edad de oro del ciclismo”.

Cambios en la audiencia y la atención mediática

El principal medidor que nos permite tener conocimientos sobre el impacto y la importancia que tiene el ciclismo hoy día en nuestra sociedad es la audiencia, ya que nos aportan unos datos completamente objetivos sobre los intereses de las personas. En este espacio trataremos de realizar una comparación relacionada con los intereses de las personas por el ciclismo en los años 80 y en la actualidad.

Es muy importante primero de todo tener en cuenta que los tiempos que vamos a comparar son tiempos distintos con 40 años de diferencia, en la que hemos pasado de una sociedad en la que los medios de comunicación los encontrábamos, pero de manera mucho más primaria y menos desarrollada, del mismo modo que mucha menos gente tenía acceso a estos medios de comunicación en los años 80 que en la actualidad.

Tal y como recoge Eurosport (2023) las plataformas digitales en el año 2023 consiguieron un seguimiento récord en el ciclismo en Europa desde su origen, con un aumento de media del 21% con respecto al año 2022.

Eurosport (2023) recoge como todas las cifras se ven mejoradas prácticamente en su totalidad, como ocurre por ejemplo con el caso de “La Vuelta”:

Respecto al seguimiento de “La Vuelta” en las plataformas digitales de Eurosport, la App de Eurosport experimentó un crecimiento del reach (usuarios únicos) del +23% y

un incremento del +52% en engagement (minutos vistos total) vs “La Vuelta 2022”, superando así el dato medio de crecimiento del consumo en plataformas de WBD en Europa durante la carrera.

Este crecimiento se produce en gran parte gracias a una cobertura mucho más detallada y extensa que permite poder estar informado en todo momento sobre lo que ocurre a lo largo de la carrera. La creación de programas post-carrera de análisis de esta pasan a convertirse en elementos que son fundamentales y que hay que valorar ya que ayudan a atraer público y a conseguir mantenerlos durante más tiempo. Eurosport (2023) recoge como el programa de “La Montonera” ha conseguido los mejores datos desde su creación.

El hecho de que en las narraciones de las carreras cuenten con expertos como pueden ser Alberto Contador en Eurosport o Pedro Delgado en RTVE ayudan a la hora de poder atraer un mayor público, ya que además de ver la carrera consiguen comprenderla mejor a través de antiguos ciclistas que aportan un punto de vista más técnico y específico del que pueden ofrecer narradores.



Figura 9. Alberto Contador trabajando en Eurosport (2021) (Eurosport).

Bien es cierto que no solamente son las plataformas digitales las que se ven beneficiadas de este aumento de personas que deciden consumir ciclismo, sino que las demás cadenas públicas o cadenas de Eurosport en formato lineal también han visto como han sufrido un aumento de los usuarios.

Pau Mitjans (2022) recoge como el Tour de Francia del año 2022 resultaba uno de los más vistos en los últimos años con 150 millones de espectadores en Europa y 715 millones de horas vistas, superando un récord que llevaba vigente desde el año 2015.

En países como Francia, en la que el Tour de Francia es una religión y se sigue anualmente, podemos ver como este aumento de la audiencia se sigue produciendo, a diferencia de otros países que fluctúa más en función de los deportistas que encontremos en la batalla ese año. Mitjans (2022) recoge que: “La media por etapa en France 2, el canal que emite el Tour en el país galo fue de 4 millones de espectadores (récord desde 2011) y del 41,3% de share (récord desde 2005)”.

El crecimiento de la audiencia en estos últimos años bien puede verse relacionada con la mención realizada por Javier Ares, en la que hoy día nos encontramos en la edad de oro del ciclismo mundial; lo que puede generar un importante interés en la audiencia por ver estas peleas en los ciclistas a lo largo de toda la temporada.

Queda claro que hoy en día las audiencias del ciclismo se encuentran en pleno auge gracias a una serie de factores que atraen el interés de los aficionados, siendo la rivalidad entre los

ciclistas el principal de ellos. Pero ¿cómo eran las audiencias en el ciclismo vintage? Miguel Fernández Molina recoge un artículo muy interesante en el que nos muestra las audiencias que había por aquel entonces en España.

Fernández Molina (2019) nos cuenta como en los años 90 (pleno apogeo de Miguel Induráin) los datos de TVE eran tremendamente buenos con momentos del día en los que se alcanzaban picos de siete millones de espectadores y medias diarias de cuatro millones de espectadores a lo largo del Tour de Francia. Estas medias de espectadores son muy superiores incluso a las que encontramos hoy en día con el importante auge del ciclismo debido a esta era dorada tan importante.

Estas cifras de espectadores se tratan de una cifra muy alta, que incluso hoy en día es muy difícil conseguir en las diferentes pruebas ciclistas que se desarrollan a lo largo del año. Una cosa queda clara al investigar los factores que generan estos índices de audiencia tan elevados y es que los ciclistas son los que consiguen generar este interés y fluctuación de audiencia.

En países como Francia, en el que el Tour de Francia supone prácticamente una religión las cifras de audiencia pueden variar, pero en menor medida, ya que durante el verano mucha gente ve el Tour pase lo que pase.

En España en cambio, estas cifras suelen variar en mayor medida ya que la necesidad de la existencia de un referente nacional es uno de los elementos claves para que esta audiencia aumente, ya que es claro que durante la época Induráin las cifras resultó un auténtico éxito gracias a sus importantes éxitos que se extendieron durante cinco veranos. De ahí, que las cifras que encontremos hoy en día, en cierto modo, son un auténtico éxito al no tener en España, hoy día, a ningún ciclista campeón.

El hecho de que exista una figura influyente en el ciclismo en España es garantía de tener buenas audiencias, ya que estos datos se repiten de manera paulatina con la llegada de otros ciclistas muy importantes en España además de Induráin. La llegada de Alberto Contador también favoreció la subida de audiencia en España o en los años 80 con la llegada de Pedro Delgado y la aparición de la "Pericomanía", la llegada de estos deportistas a la élite del ciclismo genera esta ilusión en los aficionados españoles lo que les hace estar pendientes de la televisión y de que hacen sus deportistas favoritos.

La llegada de nuevos jóvenes ciclistas en España como son Carlos Rodríguez o Juan Ayuso generarán en el futuro, junto a la rivalidad del "Big-6" del ciclismo, unas grandes audiencias provocadas y un gran espectáculo.

Las audiencias son un elemento clave para saber el grado de interés que tiene el público en los diferentes productos que se muestran en la televisión, el análisis de las audiencias ciclistas en la actualidad juega un papel muy importante para saber el interés que tiene el público en estos contenidos. En España, encontramos pocos eventos ciclistas que se retransmiten de manera gratuita para la TDT, por lo que para realizar un estudio adecuado y que muestre la evolución del público que ve ciclismo hemos establecido un aspecto clave e importante; se compararán las audiencias de una etapa de montaña, que generalmente tienen un mayor público, de fechas similares en diferentes años para así obtener un número de audiencia objetivo en los diferentes años, revisando siempre las audiencias que encontramos en RTVE.

El comparar estas audiencias de años distintos ayudará a mostrar si el ciclismo hoy en día está creciendo o si por el contrario con el paso de los años el interés que hay en España por el ciclismo se ha visto reducido.

El análisis de audiencias se llevará a cabo con respecto al Tour de Francia de los siguientes años que se muestran (Figura 10). Dentro de las audiencias de RTVE, se han seleccionado las de la 1, que corresponden a la retransmisión de los finales de la etapa, los momentos en los que hay una mayor carga emocional, comparando las audiencias de los últimos 5 Tour de Francia con respecto a los Tour de Francia de los años 1994 y 1995.

Los datos que obtenemos son relevantes y destacados: en los Tour de Francia de los años 2019, 2020 y 2021 las audiencias rondan el 1.400.000 espectadores, en cambio cuando observamos las audiencias de los dos últimos años, en las que se produjo este duelo tan comentado entre Tadej Pogacar y Jonas Vingegaard que tanto público consiguió captar, las cifras aumentaron en el año 2022 hasta el 1.600.000 espectadores y en el año 2023 hasta el 1.532.000 espectadores. Las cifras de estos años son todas muy similares con 200.000 espectadores entre ellas de diferencia y siempre manteniéndose por debajo de los 2.000.000 de espectadores.

En cambio, cuando esta comparación la realizamos con años anteriores (1994 y 1995) los resultados que obtenemos son completamente diferentes y resultan muy sorprendentes. En el año 1994 la audiencia que tenía Televisión Española fue de 4.563.000 espectadores, mientras que en el año 1995 la audiencia fue de 4.447.000 espectadores; estas grandes audiencias se entienden gracias a la época de Miguel Induráin y su consecución de los 5 Tours de Francia de manera consecutiva. La presencia en España de un referente de estas características deja claro como en España el interés aumenta exponencialmente cuándo encontramos un deportista que se encuentra peleando por las victorias y es uno de los referentes dentro del pelotón internacional.

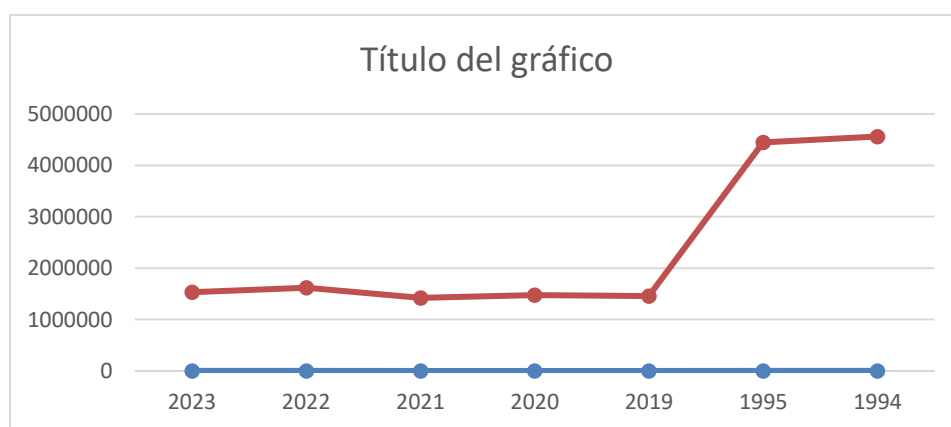


Figura 10: Audiencias Tour de Francia (2024) (Excel).

Lo que sí que resulta bastante destacado es el hecho de que la diferencia de los años 90, de los Tour de Miguel Induráin, con respecto a la actualidad, con los duelos Pogacar-Vingegaard, la diferencia es completamente abismal con alrededor de 3 millones de espectadores de diferencia en únicamente 30 años de diferencia.

Parte de las razones que generan estas diferencias de audiencia, que podemos encontrar hoy en día, puede estar relacionado con las plataformas de pago que emiten deporte como es el caso de Eurosport que resulta una cadena que consigue aglutinar a parte de los espectadores y lleva a cabo una división de la audiencia entre dos plataformas punteras; probablemente de no existir este duopolio la audiencia se congregaría en una única cadena permitiendo obtener unos datos más elevados, aunque no iguales a los de los años 90.

Los dos factores que influyen en esta diferencia de audiencia son: la presencia de una figura mediática en España como es el caso de Miguel Induráin que conseguía atraer a un público muy destacado y la aparición de otras plataformas como Eurosport que logran una división de la audiencia, generando que haya un reparto entre ellas.

Aunque en España, el factor que tiene más peso a la hora de condicionar las audiencias ciclistas está relacionada con la presencia de una figura influyente que consiga captar a un gran público y atraerlo. En España ha habido grandes figuras, que han conseguido atraer a un público muy mayoritario y lograr un movimiento de masas, como lo han podido ser Pedro Delgado, Miguel Induráin, Alejandro Valverde y Alberto Contador entre otros.

Impacto de deportistas influyentes

Los ciclistas son la cara del ciclismo y las figuras más influyentes que podemos encontrar en este deporte, por delante de los jefes de equipo, los equipos en general o periodistas influyentes. Desde los primeros años en los que el ciclismo comenzó a convertirse en uno de los deportes más influyentes en la sociedad hemos encontrado ciclistas muy influyentes que han destacado por delante de otros ciclistas que tenían menos impacto en la sociedad. Desde Coppi y Bartali, pasando por Eddy Merckx o Induráin hasta llegar hoy en día a ciclistas como Pogacar o Vingegaard, el ciclismo ha tenido siempre ídolos o figuras influyentes que han inspirado a los aficionados y a las nuevas generaciones y que han ido cambiando con el paso de los años.

En la entrevista que realicé a Matxin (2024) cuenta como hoy en día el ciclismo es un deporte que se sigue practicando en la bicicleta pero que es completamente distinto hoy en día cuando lo comparamos con épocas pasadas. Bien es cierto que de las pocas similitudes que encontramos hoy en día respecto al ciclismo en los años anteriores es el fanatismo que hay hacia los ciclistas.

Probablemente, el hecho de haber vivido una época determinada del ciclismo puede llegar a influir como recoge Iban Vega (2020) en su artículo en el que habla y ensalza el valor de los ciclistas de los años 80 o 90 con respecto a los ciclistas hoy en día argumentando que hoy en día da la sensación de que el ciclismo es un deporte mucho más elegante alejado de la dureza y de las penurias que tenían que pasar los ciclistas de los años 80. Bien es cierto que posiblemente cada persona vea la época en la que se aficionó al ciclismo como la época de más éxito y dureza del ciclismo en la que los ciclistas que triunfaron y tuvieron éxito en esas épocas eran héroes; al igual que muchas personas hoy en día piensan que nos encontramos en la edad de oro del ciclismo y los ciclistas que hoy en día pueden hacer historia e incluso superar a aquellos ciclistas heroicos que tenían que superar y pasar penurias para poder tener éxitos en el pasado.

España es un país con una gran tradición ciclista en el que hemos tenido importantes ciclistas desde Bahamontes, Pedro Delgado, Miguel Induráin, Alejandro Valverde, Óscar Freire o Alberto Contador entre otros; en nuestro país la influencia de ciclistas de carácter nacional es muy fuerte e incluso va por encima de que el ciclista que encontremos sea ganador o no, como ocurre con Mikel Landa un ciclista que no es ganador hoy en día pero que genera un gran fervor popular en los aficionados españoles.



Figura 11. Mikel Landa. (2020) (X).

Se podría decir que en España el ciclismo se vive de manera mucho más pasional cuando tenemos un ciclista al que animar y que se encuentra peleando con los ciclistas que son top mundiales. Aunque pese a que este elemento sea un factor muy importante para tener en cuenta no supone un único factor ya que en España encontramos una tradición ciclista que va incluso más allá de los nombres individuales, en algunos lugares como el País Vasco el ciclismo se vive como en Bélgica u Holanda, en la que el deporte va por encima de los nombres individuales y cuando en el mes de marzo o principios de abril comienzan las clásicas belgas se vive como una fiesta.

En cuanto a las figuras influyentes el impacto que han tenido estas en los aficionados ha sido muy similar con el paso del tiempo ya que desde los años de Coppi y Bartali hasta la actualidad, estas figuras son auténticos referentes y son idolatrados incluso por aficionados de otros países. Como comenta Matxin (2024) en España, Tadej Pogacar ciclista esloveno, es muy seguido y la gente le tiene un cariño especial; este hecho sí que puede ser algo novedoso porque normalmente como se ha mencionado anteriormente los aficionados españoles tienen una mayor predilección por los ciclistas de aquí que por aquellos que son extranjeros.

Un elemento que puede ser imprescindible hoy en día son los medios de comunicación y las facilidades que tenemos las personas para poder informarnos y ver carreras que lo que lo podían tener varias décadas atrás en las que en muchos casos solo podían informarse del vencedor de la carrera. Hoy en día en muchos casos podemos ver la carrera íntegra, así como el post en la que escuchamos a los protagonistas hablar y podemos tener una visión mucho más amplia del deportista, y de la persona, lo que nos puede llevar a aficionarnos a un ciclista al conocerlo mejor y entender el contexto de la carrera.

Bien es cierto que como menciona Matxin (2024) en muchos casos nos aficionamos de los ciclistas por la raza o el coraje a la hora de correr e incluso por otros factores más relacionados con la personalidad, como el hecho de ser buena persona, atender a los aficionados, tener buena cara... Hablando del ciclista Tadej Pogacar, como la hace Matxin al ser su director, queda claro que el hecho de ser uno de los mejores ciclistas del mundo y ser una figura simpática que cae bien a la gente ayuda a que los aficionados de diferentes países consigan aficionarse de ciclistas dejando de lado el tema de la nacionalidad.

El hecho de poder aficionarnos a ciclistas de otros países puede ser mucho más sencillo hoy en día que en los años 80 por el hecho de los medios de comunicación, que nos permite poder ver muchas más cosas y ver el ciclismo desde una perspectiva mucho más abierta comprendiendo matices que en algunos casos, como es el mío, sentimos más predilección por

un ciclista extranjero como Tadej Pogacar que por uno español. En otras décadas el hecho de poder animar a ciclistas extranjeros era casi una utopía, ya que el hecho de que un ciclista ganase mucho era hasta cierto punto perjudicial porque generaba un rechazo en los aficionados de otros países; un ejemplo que muestra este rechazo que había en años anteriores fue el puñetazo que recibió el ciclista Eddy Merckx en el Tour del año 1975.

En el año 1975, Eddy Merckx había conquistado ya 5 Tour de Francia (años 69´ 70´ 71´ 72´ y 74´). Iba camino del sexto Tour cuando en la etapa del Puy de Dome el ciclista belga sufrió una agresión, como se recoge en el artículo de Ciclismo de ayer y de hoy (2022):

A falta de un kilómetro, Van Impe deja a Thevenet y se hace con la etapa. El francés llega a 15". Lo que no saben es que, a 150 metros de meta, Eddy Merckx sufre una agresión de un aficionado. Le propina un fuerte puñetazo en el hígado que le hace caer al suelo. El belga se recompuso como pudo para alcanzar la meta entre hipos e intento de vómito. Con todo, solo fueron 49", 34" más que Thevenet y con Zoetemelk a su rueda.

Estos comportamientos tan nocivos para el desarrollo del deporte bien es cierto que se llevaban mucho más acabo en épocas anteriores en las que estos actos no estaban tan perseguidos. El hecho de que en aquella época las personas solo pudiesen ver los resultados en la prensa escrita sin un contexto claro de las gestas que se llevaban a cabo, podían haber generado en los aficionados de aquella época un rechazo hacia la monotonía de que un ciclista dominase con mano de hierro durante tantos años el pelotón internacional.

El hecho de encontrarnos con ciclistas tan dominantes no solo supone cosas positivas por el hecho de convertirse en ciclistas históricos y figuras influyentes, sino que en algunos casos las personas muestran su rechazo de formas que en algunos casos son penadas y llevadas ante la justicia. En la Paris-Roubaix del año 2024, una aficionada trató de tirar al ganador Mathieu Van der Poel lanzándole una gorra a la rueda o en el Tour de Flandes del mismo año otros aficionados decidieron lanzar al mismo ciclista cerveza mientras se disputaba la prueba.



Figura 12. Aficionada lanza gorra a MVDP (2024) (Eurosport).

Pero uno de los factores claves para poder enganchar a muchos aficionados y considerarles figuras influyentes en el deporte es el hecho de ser ciclistas ganadores, que consiguen vencer en pruebas importantes como el Tour de Francia o grandes clásicas. Bien es cierto que los ciclistas nacionales reciben siempre un importante apoyo por parte de los aficionados de ese país, pero generalmente aquellos ciclistas que pelean por victorias importantes en el mundo del ciclismo tienen un apoyo especial y mucho más destacado por el simple hecho de darles esa

ayuda para que puedan hacerse con la victoria. Un ejemplo claro de esto es que la figura de Miguel Induráin en España es tremendamente conocida y es posiblemente para muchos aficionados españoles el mejor ciclista español de la historia y uno de los más queridos, mientras que su hermano Pruden Induráin, que corrió en el mismo equipo que Miguel e incluso fue su gregario, es un ciclista mucho menos reconocido que Miguel y al que no se le ha dado tanta importancia; con este ejemplo queda claro que el hecho de que un ciclista sea ganador ayuda a poder captar este interés y convertirse en una de las figuras más influyentes de España.

Bien es cierto que, pese a que el hecho de idolatrar ciclistas de unas características similares se ha mantenido en el tiempo, encontramos algunos cambios sobre todo relacionados por la aparición de las redes sociales y la evolución de la sociedad de la información. En el siglo XX, la información y el papel de los ciclistas que recibían los aficionados y el público de a pie era una información muy sesgada en la que a no ser que te dedicases al ciclismo únicamente te quedabas con los datos numéricos sin tener en cuenta los diferentes matices que permitían ver como estos ciclistas conseguían las victorias; las ventajas que encontramos a día de hoy es que la figura de estos ciclistas pueden llegar a muchas más personas y en cierto modo convertirse en figuras mucho más importantes y conocidas al tener la posibilidad de poder globalizarlas mucho más.

Lance Armstrong, ganador de 7 Tours de Francia que la postre fueron retirados debido al descubrimiento de una red de dopaje en la consecución de sus títulos, fue uno de los ciclistas con mayor poder mediático a lo largo de sus años en activo hasta tal punto de ser considerado el amigo del presidente de los Estados Unidos George W. Bush. En el documental de National Geographic "El mayor fraude del ciclismo" (2013) se habla precisamente acerca de la importancia que una figura como Lance Armstrong tenía, no solo en el mundo del ciclismo, sino en el día a día. En gran parte y a diferencia del siglo XX, a finales de este siglo y principios del siglo XXI, los medios de comunicación comenzaron a conseguir una grandísima importancia lo que beneficiaba tanto a figuras tan influyentes como era el caso de Armstrong ya que le otorgaba una ventaja respecto a otros ciclistas al ser considerado el mejor ciclista del mundo y acaparar todos los focos; posiblemente, este grado de influencia en los años 70 hubiese sido muy complicado de poder obtener en figuras importantísimas como Merckx por el simple hecho de no contar con la capacidad propagandística que ofrecen los medios de comunicación hoy día. Aunque en algunos casos como el de Lance Armstrong, este poder en gran parte otorgado por la capacidad propagandística de los medios de comunicación otorga un poder desmedido o en algunas personas que es muy difícil de controlar; como cuentan en el documental "El mayor fraude del ciclismo", era tal la importancia que tenía Armstrong que llegaba a intimidar incluso a compañeros de equipo como era el caso de Tyler Hamilton para que se dopasen y así poder conseguir su objetivo de vencer en el Tour de Francia, o incluso generar temor en algunas de las personas que acudían como testigos al juicio de Armstrong al verle aparecer por la puerta.

En conclusión, queda claro que, desde las décadas del siglo XX, hemos encontrado figuras influyentes que han conseguido inspirar a aficionados y otros ciclistas a llevar a cabo la práctica del ciclismo como podía ser Eddy Merckx en los años 70 o Tadej Pogacar en la actualidad. El impacto de estos ciclistas en los aficionados es muy similar en el siglo XX como lo es en la actualidad, ya que en ambos casos los aficionados buscan un referente que consiga atraerle a seguir viendo ciclismo y poder llevar a cabo la práctica del ciclismo; la evolución con el paso de los años se ha mantenido muy constante así como el tipo de deportista que es considerado un referente que suele ser un ciclista ganador en las pruebas que se presenta, esta imagen del ciclista ganador es la que se ha mantenido desde las primeras décadas del siglo XX como ciclista a seguir.

Aunque el hecho de que con el paso de los años los medios de comunicación se hayan convertido en uno de los elementos más importantes y poderosos en la sociedad, ha generado

que los ciclistas puedan ser reconocidos de una manera más global y por personas de países ajenos a su lugar de procedencia o que puedan tener menos tradición ciclista. Del mismo modo, el papel de figura mediática en las redes sociales o medios de comunicación puede haber crecido un poco inducido gracias a la gran evolución y capacidad de poder propagar una imagen pública por parte de los medios de comunicación. Es decir, las figuras influyentes en el ciclismo han existido siempre y han sido idolatradas por los aficionados ciclistas de todo el mundo, pero con la llegada de los medios de comunicación esta figura se ha podido globalizar mucho más para ser enseñada a personas de otras partes del mundo, lo que en muchos de estos casos permite generar una figura mediática muy importante y destacada con respecto a los años venideros.

Preparación de la cobertura de una gran vuelta

Para que la cobertura informativa de una gran carrera ciclista (Grandes vueltas, clásicas, mundiales...) sea adecuada, es importantísimo llevar a cabo una planificación exhaustiva de cómo se realizará esta cobertura informativa. Los periodistas, al fin y al cabo, deben tener una gran planificación para de esta manera saber de manera clara y concisa cómo van a desarrollar su trabajo, los lugares a los que tienen que acudir, los corredores que acuden...

Las ventajas que encontramos hoy en día es que la organización de la carrera suele aportar, tanto a periodistas como miembros de los equipos, un libro de ruta en el que se recoge una importante visión detallada de todas las etapas y del desarrollo de estas, así como los puntos de interés, los horarios de la etapa y los horarios habilitados a entrevistas entre otras muchas cosas. Una vez tenemos claro muchos de estos aspectos genéricos, comenzamos con una de las labores principales: la recopilación de la información.

En esta parte del trabajo hay que llevar un importante análisis minucioso del evento ciclista que vamos a cubrir y tener en cuenta los diferentes elementos de interés. Es muy importante realizar una recopilación de datos tanto de los diferentes ciclistas como de sus equipos, sabiendo siempre que dentro de estos equipos y ciclistas hay personajes que son más conocidos, ya que son los más importantes, y otros que pasan en mayor medida más desapercibidos, obviamente como comenta Dani Miranda "Un corredor como Pogacar o Vingegaard no será tan conocido como Messi o Cristiano, pero son estrellas en su deporte, los grandes referentes, y por eso la demanda para intentar hablar con ellos es mayor.", esto deja claro que también hay que tener en cuenta estos aspectos determinados a la hora de planificar el desarrollo informativo de los eventos ciclistas. Como recoge Laura Álvarez (2020) a partir de las entrevistas que realizó a diferentes periodistas "coinciden en que el almacenamiento de información para cubrir una carrera no se hace solamente los días antes de que esta comience, sino que se trata de una recopilación continua a lo largo de todo el año."

En relación con la información enfocada a los ciclistas, es muy importante que muchos de estos datos estén enfocados en la búsqueda de datos, estadísticas, historias curiosas o relevantes que ayuden a poder realizar una transmisión mucho más detallada y completa para que los diferentes espectadores puedan tener un mayor conocimiento sobre aquello que está sucediendo y es importante tener en cuenta.

Obviamente, a medida que se acerca el evento la preparación informativa resulta mucho más intensa y exigente; en la entrevista realizada por Laura Álvarez (2020) a Ainara Hernando recoge perfectamente que:

Quince días antes empiezas a mirar lo que pasa en las carreras de alrededor como la Vuelta a Suiza o Dauphiné, te vas haciendo una lista de cómo están los corredores y las cosas que puedes tratar. También si se cumplen aniversarios como los 100 años de

la primera ascensión al Tourmalet, o el primer día que Induráin se vistió de amarillo. Con esas cosas te puedes preparar un reportaje (p.26).

El propio Dani Miranda recoge que “es un trabajo que lleva varios meses de preparación”. Por lo que el comienzo de la planificación se tiene que empezar a llevar a cabo cuanto antes para que esta planificación sea perfecta, por lo que el tiempo juega un papel crucial y clave en la planificación informativa; Dani Miranda incluso recoge un ejemplo en el que me explica que: “este año viajo de nuevo al Tour de Francia, que comienza en Florencia. La segunda etapa saldrá de Cesenatico, localidad donde falleció Marco Pantani, por lo que de ahí ya tengo varias ideas en la mente”. Esto deja claro que el hecho de investigar cada parte del recorrido es un factor clave en cuanto a la labor informativa, ya que gracias al hecho de investigar cada lugar del recorrido se pueden sacar muchos reportajes que resultan completamente interesantes, pero para esto es importante poder llevar a cabo una labor exhaustiva, aunque como recoge Dani en algunos casos genera “un mayor estrés y tensión informativa”.

Pero la planificación de la información es solo una de las partes del trabajo para poder llevar a cabo la planificación de un importante evento ciclista, ya que para poder lograr una planificación correcta hay que tener en cuenta otros elementos como es poder desarrollar una cobertura logística importante para que las diferentes etapas se puedan ver por televisión.

Una correcta planificación logística de una importante carrera ciclista tiene que conseguir cumplir con una gran cantidad de medidas para lograr una planificación correcta. Lo primero de todo que se tienen que tener en cuenta es que el tiempo para llevar a cabo una planificación a nivel logístico de una carrera importante tiene una duración superior a los 6 meses, de ahí que en muchos de estos casos los recorridos de grandes vueltas se presenten con tanta antelación y así poder comenzar con su planificación; se tienen que valorar muchos aspectos para que la cobertura informativa sea adecuada como pueden ser las motos de carrera, los repetidores para enviar la señal, el avión que procesa las señales, las diferentes cámaras... En la entrevista realizada por Laura Álvarez (2020) a Carlos de Andrés recoge que en cuanto a la preparación de la Vuelta Ciclista a España:

En octubre al acabar la Vuelta hacemos una reunión de valoración de diferentes cosas, pero es a partir de enero cuando empezamos a trabajar. El montaje es muy amplio porque tenemos tres equipos de localización, uno que localiza metas, aparcamientos, posiciones de cámaras y de unidades móviles, otro equipo con el que hacemos el recorrido de paisajes y otro de técnicos de enlaces que son quienes se encargan de colocar las antenas por las montañas para que se puedan usar de repetidores de las motos y helicópteros. Es un trabajo muy continuado.

La preparación informativa de una Gran Vuelta va más allá de lo meramente deportivo como puede ser el hecho de encargarse de contratar a los cámaras que grabarán la gran vuelta o de los motoristas que seguirán al pelotón internacional. La preparación logística es uno de los elementos más importantes que debemos tener en cuenta para preparar una gran vuelta, el hecho de reservar alojamiento para las personas que van a dedicarse a cubrir la gran vuelta, el transporte o contratación de determinados aparatos que van a ayudar a poder realizar la cobertura informativa acorde a lo que se demanda en un evento de tal magnitud.

En algunos casos se generan polémicas relacionados por una planificación logística mal planificada, pese a la manera exhaustiva en la que se planifica todo con el fin de que la transmisión sea perfecta. En la etapa 6 de la Volta ciclista a Catalunya, el pelotón pasaba por el Coll de Pradell (16.8 km al 7,6% de promedio) el gran gigante de esta Volta y con el que la organización había presumido de su paso; el inconveniente, que la televisión conectaría una vez se hubiese pasado impidiendo que muchas personas que habían visto esta propaganda y

estuviesen deseando ver su paso no pudiesen hacerlo por TV. Sergi López-Egea (2024) recoge que:

Las televisiones que dan la Volta en directo, como **TV3 o TVE**, a través de Esport3 o Teledeporte, no pagan derechos, simplemente comentan la carrera desde las metas y parecido ocurre con Eurosport, la otra cadena que da la competición en directo. Y todos deben ajustar las programaciones al horario que les da la señal internacional a partir de las 15 horas.

De esta manera la planificación logística se realiza a partir del material que ofrece en este caso, la señal internacional que en este caso empezaba a partir de las 15:00 por lo que no se había realizado una previsión para implantar los diferentes artilugios necesarios para que la señal de TV pudiese llegar de manera correcta a los hogares y pudiese ser retransmitida de manera correcta. Sergi López-Egea (2024) comenta como ASO, propietaria del Tour, es la encargada de hacer que se pueda ver la carrera por las cadenas como RTVE o Eurosport, el problema viene que en las Grandes Vueltas y grandes clásicas las etapas se ven de manera íntegra, pero en pruebas de menor enjundia como la Volta se retransmiten a partir de una hora determinada.

Pero para poder descartar una decisión así, en la que la planificación ya se ha realizado y está todo ya completamente fijado es muy complicado. Tal y como comenta López-Egea (2024) “Después de un jueves de intensas negociaciones se consiguió adelantar el inicio de la retransmisión de la etapa reina a las 14:30 horas con lo que está asegurado el ascenso a Pradell”. Es cierto que el hecho de no haberse podido ver esta subida hubiese sido en cierto modo “decepcionante” aunque esto demuestra en gran medida el hecho de que las planificaciones logísticas que se realizan para las carreras ciclistas son muy complicadas de realizar y se llevan a cabo con mucho tiempo de antelación por lo que cambiar una previsión logística con poca antelación se lleva a cabo en muy contadas ocasiones.

Para conseguir la mejor cobertura posible necesitamos contar con un equipo de personas especializadas que nos permitan trabajar de la mejor manera posible con el fin de lograr un producto que sea adecuado emitir. La televisión es el gigante de los medios de comunicación y por consiguiente el medio que necesita un mayor número de personas. Laura Álvarez (2020) comenta que en su entrevista a Laura Messeguer (periodista que hoy en día trabaja para Eurosport) considera que el número de personas que pueden llevar a cabo todas las actividades televisivas a la hora de cubrir un evento ciclista puede ser de “alrededor de 100 personas, 70 periodistas y 30 técnicos. Pero Eurosport tiene la peculiaridad de que te encuentras con el equipo de Francia, Alemania, Polonia...”. En este caso está claro que Eurosport es una de las plataformas deportivas más grandes a nivel mundial de ahí que el número de personas que se requieren para poder dar una cobertura adecuada es mucho mayor que otra cadena televisiva como puede ser RTVE, en la que Laura Álvarez (2020) recibió de Carlos de Andrés la respuesta de que en esta cadena “todo lo que son cámaras, técnicos de enlaces, técnicos de montaje, realizadores, productores, nosotros...yo te diría que entre 70 u 80 personas”.

Obviamente la televisión es el medio referencia y el medio en el que se requiere un mayor número de profesionales para poder desarrollar una cobertura informativa correcta y adecuada a los estándares que se exigen hoy día. En emisoras de radio el número de personas que encontramos, comparado con la televisión, es completamente marginal; generalmente, cadenas como la SER o COPE cuentan alrededor con 5 o 6 personas que les permite realizar una cobertura informativa completa, en muchas cadenas encontramos la figura del conductor o del reportero que va en moto con el fin de poder transmitir la información y la última hora de lo que está sucediendo en la carrera y que el aficionado se encuentre plenamente informado. En la radio, el técnico es una de las principales figuras y más importantes ya que es la persona

que consigue que toda la retransmisión pueda llevarse a cabo y llegue a todas las personas, es una tarea que se lleva a cabo en la sombra pero que es imprescindible para el desarrollo de la vuelta ciclista.

Entre ellos se encuentra el narrador que es la persona que se encarga de dar voz a la carrera y contarnos lo que pasa para mantenernos informados, además encontramos un periodista que es la persona que está encargada de dar las novedades y noticias de última hora que permite complementarse de manera perfecta con el desarrollo de la carrera ciclista que es narrada por el narrador, la figura del comentarista en los últimos años ha adquirido gran importancia con figuras destacadas en la televisión como Pedro Delgado o Alberto Contador, aunque en radio también encontramos esta figura que ayuda a dar una visión más técnica y detallada como es el caso del campeón del Tour de Francia en 2006 Óscar Pereiro que a día de hoy ejerce de comentarista en la COPE.

Los diferentes equipos ciclistas también tienen sus propias personas que se encargan de la comunicación y de la planificación y desarrollo de la actividad comunicativa previa a las grandes vueltas o a pruebas de gran interés. En este aspecto, es dónde emerge la figura del responsable de Comunicación y de Marketing de los diferentes equipos ciclistas, en España, una de las figuras más destacadas en este aspecto es Pablo Ordorica miembro de Comunicación y Marketing del equipo ciclista Movistar Team. Generalmente, estas personas tienen que llevar a cabo una serie de tareas, como nos muestra Pablo Ordorica en su canal de YouTube, como pueden ser gestionar las entrevistas de los corredores, en la que las diferentes televisiones realizan peticiones y es el propio Ordorica el que se tiene que encargar de gestionarlas y de dar las entrevistas que considere necesarias a las televisiones que las ha solicitado en función de cada corredor; del mismo modo, es una de las personas encargadas de gestionar el control de firmas o grabar las propias entrevistas que conceden los ciclistas para luego poder evaluarlas.

Bien es cierto que hoy en día esta labor va mucho más allá que encargarse de gestionar las declaraciones tanto para televisiones como para prensa escrita o radio, hoy en día nos encontramos en una constante evolución relacionada con la sociedad de la información en la que las redes sociales juegan un papel clave. Como recoge Ordorica (2024) sus funciones son, además de la comunicación en las pruebas que participa, la generación de contenido y la Activación de Patrocinios en redes; estas tareas en los últimos años han adquirido una importancia grandísima ya que a través de simples vídeos en YouTube, como hace Pablo Ordorica, podemos enseñar a las personas la manera que tiene de trabajar un equipo ciclista de esta magnitud y en cierto modo “sentirnos participes” del equipo ya que aprendemos cómo funciona el propio equipo. En los años venideros esta figura seguirá siendo una de las más destacadas ya que en nuestra sociedad hoy en día las redes sociales y las diferentes formas de comunicación online están en completo auge.

Bien es cierto que para poder llevar a cabo estos métodos o estas maneras de trabajo predominando las redes sociales o lo online requiere una planificación muy detallada y clara sabiendo cuáles son los gustos de los aficionados y qué intereses predominantes tienen. A partir de conocer los gustos o los intereses se puede lograr trabajar con el fin de lograr dar al aficionado aquello que demanda o tiene más interés. Hoy en día el deporte se sustenta gracias a los aficionados que permiten que todo se pueda realizar, por lo que el tener un contacto con estos y planificar los diferentes contenidos enfocados en que guste a los aficionados resulta una tarea muy importante y difícil a la vez que consigue, en muchos casos, aficionar a personas a un deporte que desconocen gracias a estos contenidos que permiten un entretenimiento e interactividad mayor.

El hecho de haber realizado una preparación informativa correcta y detalla valorando todos los diferentes sucesos que pueden acontecer, así como las diversas dificultades que hay se

traducen en un éxito en cuanto a nivel informativo y de audiencias se refiere. Generalmente, cadenas o canales como pueden ser Eurosport o RTVE tienen ya una importante experiencia a la hora de realizar estas previsiones informativas, por lo que sus audiencias suelen ser muy destacadas en gran parte ya que son las únicas cadenas, en España, que consiguen emitir las diferentes carreras ciclistas que encontramos en la temporada ciclista internacional. En el caso de RTVE esta preparación informativa les permitió poder ofrecer una cobertura del Tour de Francia 2023 muy extensa en la que permitía a la audiencia enterarse en todo momento de lo que sucedía en carrera gracias a los posts de las etapas o con el hecho de contar con una persona en la moto dentro del pelotón que permitía poder informar de manera adecuada; esta buena planificación junto con la gran puesta en escena de este importante evento ciclista les permitió tener unas audiencias superiores en la mayoría de las etapas al 10% de share (15,7%, 13,3%...). Una cosa está clara cuánto mejor planificado y mejor cubierto estén todos los frentes, mejor cobertura informativa tendremos lo que se traducirá en una mejor audiencia en la cadena.

Del mismo modo la aparición de nuevas figuras y roles como los creadores de contenido, que a su vez ejercen la tarea de responsables de prensa o de comunicación en los equipos ciclistas, suponen una figura clave ya que se adaptan a las nuevas épocas en las que se demandan las redes sociales o los medios de comunicación online, y permite poder tener un acercamiento aún mayor si cabe con los aficionados a través de blogs de diferentes pruebas ciclistas o del día a día del equipo.

Figura del periodista y su evolución

El periodista deportivo, es el nexo entre lo que sucede en el mundo del deporte y el aficionado que está a la espera de obtener información sobre lo que está sucediendo en el mundo del deporte. La principal tarea del periodista es poder transmitir esta información que el aficionado busca para que esté completamente informado de lo que rodea al mundo del deporte y cuáles son las novedades más importantes a tener en cuenta en este aspecto; aunque del mismo modo el periodista también tiene que tener una responsabilidad ética que cumplir, ya que el principal objetivo es transmitir una información veraz que explique lo que sucede aunque en muchos de estos casos se tiende a dar un mayor interés a lo que vende más que a lo que verdaderamente sucede.

Tal y como recoge Canal Sur Televisión (2004) el espectador espera de la información deportiva varias cosas:

El espectador espera tres cosas de una información deportiva: recordar lo sucedido, datos novedosos y anécdotas y diversión y distracción, sobre todo si el resultado es favorable. La obligación del periodista es cubrir expectativas y mediar entre el público y el deporte sin renunciar al rigor y la seriedad, pero sin olvidar la pasión y expectación que disciplinas como el fútbol generan.

Está claro que la labor del periodista no se puede limitar únicamente a la transmisión de información normal, ya que en muchos de estos casos los espectadores demandan, además de esta información clara para estar informados, algún tipo de contenido que vaya más allá de lo meramente informativo como puede ser un documental, un artículo novedoso... Tal y como recoge Dani Miranda en la entrevista: "por ejemplo, este año viajo de nuevo al Tour de Francia, que comienza en Florencia. La segunda etapa saldrá de Cesenatico, localidad del fallecido Marco Pantani, por lo que de ahí ya tengo varias ideas en la mente." Lo que deja claro que la capacidad de innovar y poder ofrecer material diferente que se sale de lo informativo es muy interesante, ya que, pese a que no sea una información en sí, son curiosidades que al

aficionado le aportan una mayor pasión y expectación como el propio Canal Sur recoge en su libro que es clave según las necesidades del aficionado.

Al igual que se comenta en el apartado anterior, la preparación del periodista resulta un factor clave y elemental para poder llevar a cabo una tarea perfecta, en la que todo esté perfectamente controlado y planificado, lo que permitirá precisamente que el producto final que obtengamos sea perfecto y se pueda llevar al gran público. Precisamente, el hecho de poder llevar a cabo una planificación correcta hace que la figura del periodista vaya más allá que la de un mero comunicador, como recoge Dani “Más allá de lo periodístico, que es lo principal, también hay que gestionar y tener controlada la logística: hoteles en cada rincón del país que sea, coche, transporte... y todo ello durante casi un mes.”. Esto muestra claramente que durante esta fase de preparación la labor del periodista es muy variada ya que no solo se puede centrar en la preparación informativa, sino que, en eventos como el Tour de Francia, cuya duración es de 3 semanas, se tiene que realizar una preparación minuciosa de alojamientos, formas de transporte o alimento entre otras muchas cosas, lo que da lugar a que se tenga que dedicar gran cantidad de tiempo a estos aspectos más “extradeportivos”.

Aunque para ser periodista no solo es necesario planificar todo de manera minuciosa y analizando todos los aspectos o llevar a cabo todo esto con tiempo, el hecho de tener un conocimiento detallado y desarrollado del deporte es un elemento crucial para poder dedicarte a ello, para así de esta manera poder aportar informaciones sobre un el deporte determinado con completo fundamento. Tal y como recoge Antonio Alcoba (2005) en cuánto al conocer “sino todo, porque ello es imposible, sí el máximo de los aspectos y situaciones por las que pasa ese deporte, lo cual conlleva a informarse de todo cuanto se relacione con ese deporte”.

Como hemos comentado anteriormente, el periodista tiene una responsabilidad ética que es muy importante mantener ya que todos los periodistas tienen el deber de transmitir información veraz que la audiencia quiere saber; bien es cierto que en muchos casos esto no sucede ya que los periodistas buscan aquello que más vende y si el hecho de poder “maquillar” un poco lo sucedido aporta más beneficios o interés es lo que se tratará de lograr, por eso a día de hoy el conseguir profesionales que prioricen la información a los “clicks” es de un valor inconmensurable.

En muchos casos los periodistas, junto con los medios de comunicación, buscan la información más morbosa o que piensas que va a atraer mayor público, precisamente por el morbo y deciden utilizarlo. Con la caída en la Itzulia de ciclistas de la entidad de Vingegaard, Evenepoel o Roglic muchos periódicos generalistas y acostumbrados a no tratar temas deportivos, menos aún el ciclismo ni cuándo suceden hechos positivos, decidieron aprovechar este tirón mediático de la caída para mostrarlo en sus periódicos; sin embargo, cuando un ciclista como Vingegaard, involucrado en la caída, ganó su segundo Tour de Francia en una de las carreras más épicas que se recuerdan, muchos de estos medios no hicieron tanto eco de ello e incluso pasó a un segundo plano. Aquí es donde entra en juego la ética de los profesionales, que en muchos casos optan por conseguir más visualizaciones que la noticia en sí.

La figura del periodista ha sufrido un cambio muy importante desde el siglo XX, hasta la actualidad en gran parte provocado por la aparición de nuevas formas de comunicación que han conseguido atrapar a un mayor número de aficionados.

El primer medio de comunicación que tuvo su origen y comenzó atrayendo a un mayor público fue la prensa escrita en la que los diferentes periodistas realizaban sus tareas para aparecer en la prensa, aunque precisamente es aquella que hoy en día se encuentra más afectada por la aparición de las nuevas tecnologías. Como recoge Joaquín Marhuenda (2019) muchos de estos periódicos con ayuda de los propios periodistas consiguieron crear competiciones como

fue L'Auto (o L'Equipe) que fue el precursor de la creación del Tour de Francia o la Gazzetta dello Sport que creó el Giro de Italia.

En los primeros años la figura del periodista se enfocaba prácticamente en su totalidad en la prensa escrita ya que no había otras formas de comunicación, no había televisión y medios digitales menos aún, la radio surgió poco tiempo después, aunque sin tener tanta importancia en cuánto al cubrir eventos ciclistas como sí lo tenía la prensa escrita que era el medio de comunicación predominante.

A medida que los años iban transcurriendo, el papel del periodista iba adaptándose a los medios de comunicación. La prensa escrita seguía siendo uno de los medios de comunicación predominantes, aunque el periodista se enfrentaba a otros roles y tareas comunicativas en otros medios que conseguían fuerza poco a poco como fueron el caso de la televisión y la radio. La figura del periodista se iba adaptando poco a poco a otros roles comunicativos, con la aparición de la televisión y la retransmisión de las etapas en directo aparecieron nuevos perfiles que debían ser cubiertos como era el caso de los narradores de las carreras o de los periodistas que iban en moto y que incluso en los primeros años [realizaban entrevistas en carrera a los ciclistas](#). En estos casos la evolución de los medios era constante, como recoge Miguel Induráin (2021) en los años 90, en los descensos de los grandes puertos la televisión se iba a publicidad ya que las motos no podían seguir la velocidad de las bicicletas; lo que muestra perfectamente como la evolución resultaba constante hasta llegar a la actualidad en la que no hay ningún inconveniente en este aspecto.

La figura del periodista con la aparición de la televisión tuvo que pasar de un papel de informador a uno de mayor comunicador. La necesidad de la inmediatez y del aquí y ahora supuso el principal cambio, ya que a diferencia de con la prensa escrita en la que las noticias salían al día siguiente y la inmediatez no era algo que se demandaba tanto, por lo que la labor del periodista en este aspecto sufre un cambio brutal tanto por el hecho de tener que exponerse como una imagen pública en la que, por la televisión, podía ser reconocido mientras que con la prensa escrita aportaba una mayor privacidad por el hecho de conocerse solo el nombre de la persona. El papel del periodista también conseguía un papel diferente en la radio, en la que el locutor ponía su voz a la carrera y gracias a él muchas personas en los años 60 conseguían ser capaces de seguir una carrera en directo gracias a la locución de estos profesionales.

La prensa escrita, la televisión y la radio fueron los primeros medios de comunicación que con el paso de los años consiguieron que la figura del periodista fuese cambiando y adaptándose tanto al paso de los años como al cambio de elemento comunicativo, ya que cada uno tenía sus características y suponían un medio de comunicación diferente dentro de que todos ellos tuviesen la función de comunicar a las personas.

La principal causa que favoreció un cambio muy importante no solo a nivel del periodismo deportivo sino también a nivel social y cultural, fue la aparición de los medios digitales y de internet. En el caso de la figura del periodista deportivo, su labor se vio completamente condicionada, no solo aquellos que se dedicaban a la prensa escrita sino también a aquellos que se dedicaban a la televisión y la radio.

Como comenta Dani Miranda, "mi primera Vuelta a España como enviado especial de AS fue en 2019 y, tras cada edición, noté el interés mayor que hay por un contenido multimedia. Siempre lo primordial es la noticia, las entrevistas, lo que suceda en la carrera, pero la gente también tiene mucho interés en lo que sucede... y conocerlo al momento, y eso, a través de un teléfono móvil y las distintas plataformas es muy habitual hoy en día."; el periodista hoy en día tiene que ser capaz de adaptarse poco a poco a las nuevas exigencias y demandas que llevan a cabo los aficionados, que al fin y al cabo son las personas que consumen el contenido. El

periodista se ha ido adaptando a esta sociedad de la información ya que es capaz de llegar a un número mucho más amplio de personas que a través de los medios tradicionales, lo que hace que esta labor de adaptación sea muy importante tenerla en cuenta para poder mejorar a nivel profesional y aportar un contenido interactivo interesante.

La aparición de las redes sociales ha supuesto una forma de comunicación que el periodista ha decidido “abrazar” ya que mucha gente hoy en día tiene acceso a la información gracias a un móvil, y redes sociales como Twitter (X) en muchos casos permite poder compartir informaciones interesantes y darlas a conocer a un público mayoritario que quizá sin el acceso a estas redes sociales no podría estar al corriente de estas noticias. En cierto modo se podría decir que a día de hoy las redes sociales son un nuevo medio de comunicación, que a diferencia de los medios de comunicación tradicionales son capaces de llegar a un público mucho más numeroso y destacado, en este caso aquí es importante recalcar la capacidad adaptativa que la figura del periodista tiene que realizar para poder adaptarse a estos nuevos tiempos en la que los jóvenes y los no tan jóvenes, para acceder a la información en muchos de estos casos deciden realizarlo a través de las redes sociales que poniendo la televisión o comprando un periódico en papel.

Bien es cierto que hoy en día la figura del periodista deportivo es mucho más reconocida que en años anteriores, en gran parte esto se debe a una serie de factores que han ido surgiendo que han hecho que el periodista pase de ser una figura que prácticamente pasa desapercibida a que, entre otras cosas gracias a una cobertura mediática ampliada, gracias a entre otras cosas las redes sociales, plataformas de *streaming*... También es cierto que la labor del periodista está mucho más profesionalizada que antaño, hoy en día hay muchos más periodistas especializados en deportes, con conocimientos más concretos sobre diferentes disciplinas, deportistas...

Como se ha demostrado a lo largo del texto, la labor del periodista ha ido evolucionando con el paso del tiempo y ha pasado de ser una figura meramente informativa que pasa completamente desapercibida a que en muchos de estos casos estas figuras sean importantes personajes reconocidos como es el caso de Javier Ares o Carlos de Andrés, que han sido entre otros importantes periodistas que han creado precedentes en España.

Innovaciones en la cobertura deportiva del ciclismo por los medios de comunicación

En los últimos años la cobertura deportiva del ciclismo ha cambiado de una manera drástica si la comparamos con la cobertura que había en los años 80 o anteriores. A lo largo de los años con el desarrollo de la sociedad de la información y la aparición de nuevos elementos de cobertura informativa, la evolución que se ha llevado a cabo en el ciclismo ha sido drástica y ofrece hoy en día unas facilidades que resultan muy importantes.

La aparición de la cobertura en vivo ha sido una de las primeras técnicas que se impulsó en el proceso evolutivo de la comunicación, permitiendo que ya incluso en los años 90 se pudiesen ver fragmentos de las etapas en directo a través de TVE-1, lo que supuso un importante impacto en la sociedad de la época ya que normalmente las carreras se podían seguir en directo a través de la radio o en diferido, pero nunca se podían ver en directo.

Con el paso de los años el desarrollo de la transmisión en vivo fue evolucionando poco a poco consiguiendo una mejora cada vez más notable hasta que en llegó una de las principales novedades que llegaron a la televisión la aparición de las cámaras de alta definición y de tecnología 4K, que permitía a la audiencia poder ver las carreras de una manera más clara y detallada.

Una de las técnicas principales que se implementó en el ciclismo, desde hace varios años, y que ha resultado ser una de las técnicas más utilizadas no solo en el ciclismo sino en otros deportes como la Fórmula 1 es el uso del helicóptero. La utilización de este vehículo resultó en su época tremendamente novedoso pero con el paso de los años ha quedado claro cómo es un instrumento muy útil que permite poder realizar una cobertura informativa muy detallada y destacada permitiendo no sólo poder ofrecer tomas de la carrera que se consideren interesantes sino que permiten poder lograr obtener tomas de diferentes paisajes de gran valor estético ayudando así a promocionar los diferentes lugares por los que pasan las diferentes carreras ciclistas.

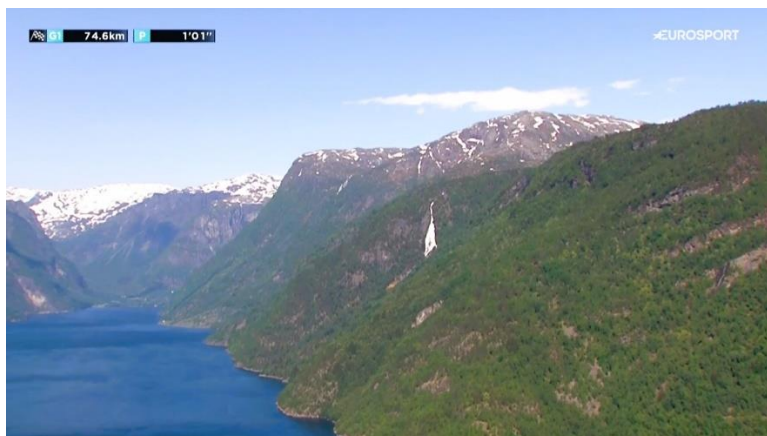


Figura 13: Tour de Noruega vista aérea (@Goikoltzela) ("X").

En los últimos años podemos ver como se han introducido una serie de nuevos elementos comunicativos muy novedosos, y acordes a la época en la que nos encontramos, que han permitido una cobertura informativa mucho más novedosa y destacada que ofrecen una serie de planos e imágenes que ayudan a comprender de manera mucho mejor qué es el ciclismo.

Una de las principales técnicas que se han implementado en el mundo del ciclismo ha sido la implementación de los drones en la retransmisión del ciclismo en los últimos años. Las ventajas de los drones es que permiten sacar unas imágenes y tomas áreas muy similares a las de los helicópteros, pero con la clara diferencia de que gracias a los drones los gastos se reducen en gran medida y son muy fácilmente manejables. Las principales ventajas de los drones es que nos permite mostrar ángulos que difícilmente se pueden obtener a través de los helicópteros y proporcionar una vista panorámica de las carreras en terrenos que son más complicados como pueden ser las montañas y otras rutas; el principal inconveniente que encontramos con los drones viene en el hecho de que se pueden utilizar en territorios y espacios muchos más reducidos dentro de la etapa ciclista, mientras que los helicópteros pueden realizar una cobertura mucho más amplia desde el comienzo de la etapa hasta el final de ella.

Otra de las técnicas de grabación que han irrumpido en los últimos años en el ciclismo y que poco a poco se está comenzando a implementar en más y más carreras ciclistas es la aparición de [las Cámaras On-Board](#). Esta nueva técnica se ha implementado en los últimos años en las bicicletas y en algunos casos en los cascos, permitiendo ver una perspectiva desde la primera persona de las carreras ciclistas, la ventaja que ofrecen estas cámaras es que nos ofrecen una visión emocionante en la que los diferentes profesionales pueden ver la tensión que supone rodar dentro del pelotón, los empujones, codazos... sobre todo en todo aquello relacionado con la acción dentro del pelotón y en los *sprints*.



Figura 14: Cámaras On-Board Tour de Francia (YouTube).

Todas estas técnicas han ido surgiendo con el paso de los años ofreciendo una cobertura informativa muy destacada, adaptándose con el paso de los años a las nuevas tecnologías y avances que nos permite la sociedad de la información, logrando que la audiencia se sienta cada vez más participe y consiga ver el ciclismo de manera mucho más detallada y acorde, a su vez, a las necesidades que tienen los diferentes usuarios que ven el ciclismo.

Pero con el paso de los años no han aparecido únicamente tecnologías y métodos que permiten mejorar la cobertura de retransmisión del ciclismo, sino que también han surgido elementos que permiten que tanto los equipos como los aficionados puedan verse ayudados a la hora de seguir el ciclismo.

La aparición del GPS y de la telemetría han sido uno de los avances más importantes que se han desarrollado en el ciclismo en los últimos años. A través del GPS, tanto los equipos ciclistas como los diferentes periodistas o las personas encargadas de la realización televisiva pueden, mediante la incorporación de estos GPS en las bicicletas, realizar un seguimiento en tiempo real de la posición de los ciclistas lo que permite saber que ciclistas se encuentran en escapada o en el pelotón, o cuándo algún ciclista ataca en el grupo de favoritos. Páginas webs como Pro Cycling Stats utilizan este método para poder mostrar cuál es el desarrollo de la carrera con una cobertura mucho más detallada y a tiempo real, en la que estamos completamente informados.

La telemetría hoy en día se ha convertido en uno de los elementos más importantes y con los que más se trabaja en el ciclismo. Los potenciómetros que permiten poder saber la velocidad, la potencia (vatios que logran los ciclistas) o el ritmo cardíaco son alguno de los elementos que más impacto han tenido en el ciclismo en los últimos años; hoy en día, en el que el ciclismo es un deporte que todo se calcula al milímetro se sabe lo que cada ciclista gasta, en función de los vatios empleados, a la velocidad que se realizan los descensos o las subidas en los puertos, muestra de manera clara como la aparición de estos elementos que permiten medir los diferentes datos de los ciclistas han llegado para quedarse ya que los beneficios que aportan el ciclismo son muy destacados y de tremenda importancia.

La realidad aumentada y la realidad virtual son algunas de las formas más novedosas que se han implementado en los últimos años en la retransmisión del ciclismo. Estas nuevas tecnologías permiten poder proporcionar una serie de gráficos que resultan de gran interés en la cobertura ciclista, la creación de gráficos en pantalla para mostrar la diferencias entre ciclistas o la altimetría del recorrido son de gran ayuda gracias a la AR y VR.

Del mismo modo, las redes sociales son un método de propaganda y desarrollo de los diferentes eventos deportivos que en muchos de estos casos permiten poder llevar a cabo una labor periodística desde una perspectiva que nunca antes se había planteado en la sociedad. Las facilidades para poder estar conectados y realizar una labor periodística muy destacada en la que podemos llegar a una audiencia mucho mayor y las podemos utilizar como un medio de comunicación extra; hoy en día, las redes sociales son algunos de los elementos que permiten que podamos lograr precisamente un mayor impacto mediático y llegar a un público que en muchos casos no podríamos llegar.

El impacto mediático que tienen, hoy en día, las redes sociales son muy importante y en muchos casos tiene una importancia e influencia mayor que otros medios de comunicación tradicionales. Un buen manejo de las redes sociales en muchos casos puede generar que se pueda llegar a una audiencia mucho más importante y numerosa que a la que podríamos llegar a través de la radio o de la prensa escrita.

Las redes sociales son usadas en su mayoría por jóvenes, por lo que el uso de estas redes sociales por periodistas u otros profesionales de la comunicación pueden llegar a un rango de edad de personas más jóvenes, que en la actualidad son un público muy mayoritario en cuanto al consumo de contenido deportivo.

El ciclismo no solo ha evolucionado deportivamente hablando, sino que en cuanto a la cobertura informativa y todo aquello relacionado con lo comunicación ha sufrido una importante evolución para adaptarse a la sociedad en la que nos encontramos hoy en día, y de esta forma poder ofrecer un producto acorde a las necesidades y aquello que buscan los diferentes aficionados, que es una cobertura extensa y precisa que permita poder seguir el ciclismo de la mejor manera posible.

Conclusiones

Tras la labor de investigación llevada a cabo y las diferentes entrevistas realizadas a personas que se dedican actualmente al ciclismo hemos conseguido sacar en claro algunos aspectos muy importantes para tener en cuenta. Con el paso de los años la evolución del ciclismo ha sido significativa tanto a nivel deportivo como a nivel de comunicación; precisamente, la evolución deportiva ha sido uno de los factores que generó que a nivel comunicativo se llevase a cabo una evolución con el fin de adaptarse a la sociedad que estaba en continua evolución y en la que los aficionados requerían una cobertura acorde a los tiempos.

Desde los años 80 este proceso evolutivo fue una constante, con la aparición primero de las retransmisiones en directo, con la aparición de la alta definición, el helicóptero en carrera... Todas estas innovaciones han ayudado a que esta cobertura sea mucho más detallada y que las personas se encuentren plenamente informadas de aquello que ocurre en carrera. Estas innovaciones a nivel comunicativo ayudaron a su vez a la creación de diferentes elementos que ayudaron a mejorar el rendimiento deportivo en el ciclismo como la aparición de elementos que ayudaban a medir la potencia o los GPS; del mismo modo está claro que en el ciclismo cada vez se va más rápido con medias de velocidad muy superiores a años atrás de ahí que los instrumentos comunicativos se hayan adaptado para poder ofrecer una cobertura perfecta.

Los medios de comunicación tradicionales han jugado un papel crucial desde el comienzo del ciclismo para poder cubrir las diferentes carreras ciclistas a través de la radio, prensa escrita o la televisión, en la que en los años 80 comenzaron las retransmisiones en directo. Su función de mantener informados a todos los aficionados ciclistas se lograba de gran manera ofreciendo noticias diariamente que comenzaba a ser una importante novedad con respecto a los inicios del ciclismo, pero con la ausencia de uno de los elementos más importantes que se busca hoy en día, la inmediatez.

Los medios de comunicación en la actualidad, con la aparición de internet, las redes sociales..., han sufrido un cambio muy importante enfocándose como función principal en tener las noticias al instante, la inmediatez. La aparición de estas nuevas formas comunicativas ha permitido precisamente llegar a un público mucho más amplio, y joven, del que se llegaba únicamente a través de las formas comunicativas tradicionales; pero logrando siempre manteniendo esa perfecta sintonía entre los medios de comunicación tradicionales (televisión, radio...) y los medios de comunicación en la actualidad (redes sociales, internet...), permitiendo así una cobertura informativa mucho más amplia y detalla que la que podíamos tener en los años 80.

Las audiencias, son el “motor” de los medios de comunicación ya que son aquellas personas que consumen las noticias y quieren estar enterados de los que sucede en el ámbito ciclista. En España, las audiencias desde los años 80 han variado de manera muy drástica, esta influencia e interés de las personas varía en función de las figuras influyentes que hoy en día existen en el ciclismo y las diferentes plataformas que encontramos para ver las diferentes pruebas ciclistas. El Tour de Francia, la prueba ciclista más mediática que encontramos hoy en día, las audiencias a nivel español han variado de manera muy destacada comparando las de los años 90 con las que encontramos en la actualidad.

En los años 90, con el “boom” de Miguel Induráin y la existencia de una única televisión que emitía los contenidos como era La 1, la audiencia en España llegaba a los 4.500.000 espectadores, mientras que en la actualidad sin la existencia de una figura mediática importante en España y con la existencia del duopolio de La 1 y de Eurosport, repartiéndose la audiencia, encontramos que en el Tour las audiencias apenas llegan a los 1.600.000 espectadores.

Uno de los pilares básicos, y el más importante, para que el ciclismo sea un público que atraiga a una audiencia destacada y numerosa, es el papel que juegan los ciclistas más influyentes en el aspecto mediático. Generalmente, sin la existencia de estas figuras mediáticas como son hoy en día Pogacar o Vingegaard, el ciclismo sería un deporte que probablemente tendría una reducción muy destacada de la audiencia, ya que los ciclistas son las personas que consiguen atraer a los diferentes aficionados y hacer que se sienten delante de un televisor a ver cualquier tipo de carrera que hay en el calendario ciclista. Como recoge “Matxin” en la entrevista, una personalidad como la de Tadej Pogacar, pese a ser esloveno, atrae y mueve mucho público en diferentes países como es el caso de España en la que el propio Matxin recoge y ve que a cada lugar que va el apoyo es incondicional.

Gran parte del mérito que estos ciclistas, en muchos casos de otros países, sean conocidos y apoyados prácticamente en cada lugar al que van, se debe a la aparición de las redes sociales y el desarrollo de la sociedad de la información, en la que estas figuras consiguen llegar a personas de cualquier parte del mundo mientras que en años más anteriores era una utopía. Esta globalización, ha generado que se hayan comenzado a desarrollar pruebas ciclistas como son los “Critériums”, que ayudan a promocionar productos como son el ciclismo, y que en los últimos años se han realizado en países como Japón y que ayudan a promocionar eventos y ayudan a dar a conocer a estos ciclistas.

Precisamente para poder tener una cobertura informativa perfecta y detallada, en la que los diferentes aficionados se encuentren informados aparece una de las figuras más importantes a nivel comunicativo, el periodista deportivo.

La figura del periodista deportivo es tremendamente importante y juega un papel muy destacado, el periodista tiene la responsabilidad de ofrecer al aficionado una cobertura informativa que se adapte a las necesidades y a aquello que necesita el aficionado para estar completamente informado. Pero precisamente la labor del periodista deportivo, en lo que a

ciclismo se refiere, no es una labor que se limite únicamente a la cobertura deportiva, realización de entrevistas... sino que va mucho más allá, como recoge Dani Miranda. El periodista deportivo, en la preparación informativa del Tour de Francia, por ejemplo, además de las diferentes labores comunicativas con la preparación de entrevistas o redacción de artículos, tiene que realizar en los meses anteriores una preparación logística muy importante.

La selección de los lugares dónde hospedarse o las formas de transporte entre los diferentes puntos en los que termina y empieza la etapa son alguno de los elementos más importantes que se tienen que realizar en la labor de un periodista para después poder centrarse en la cobertura informativa.

Aunque precisamente, la cobertura informativa de una Gran Vuelta se tiene que planificar y analizar los meses antes del comienzo de esta para así analizar cada rincón por el que pasa la carrera (que suelen tener una historia detrás de ello), los protagonistas que participaran en ella, los hitos que se pueden lograr y la planificación de las entrevistas que se realizan, que a su vez se van actualizando a medida que se desarrolla la prueba ciclista.

El ciclismo es un deporte en el que la cobertura informativa juega un papel fundamental, tanto para poder mostrar a la audiencia el desarrollo de las principales pruebas ciclistas como para mantener informados a los aficionados de lo que sucede más allá de las carreras. La evolución comunicativa ha sido enorme con el paso de los años, adaptándose a su vez a la evolución del ciclismo con el paso de los años; la figura del periodista resulta un factor indispensable para que las personas se mantengan informadas de aquello que sucede en el mundo ciclista aportando una información de primera mano, impulsadas por las importantes hazañas que logran los ciclistas que hacen que el público muestre interés por estos eventos deportivos.

Todos estos factores ayudan a que el ciclismo sea un deporte que se encuentra en auge, gracias a una edad que no se había visto nunca, y que con el paso de los años seguirá aumentando su afluencia de público tanto a nivel masculino como femenino en las diferentes pruebas ciclistas de todo el año.

Bibliografía

- "Matxin", J. F. (8 de Abril de 2024). Entrevista a "Matxin". (D. G. Vinuesa, Entrevistador)
- Alcoba, A. (2005). *Periodismo deportivo*. Síntesis.
- Alianza Francesa Málaga. (13 de Julio de 2023). *alianzafrancesamalaga.es*. Recuperado el 12 de Marzo de 2024, de <https://www.alianzafrancesamalaga.es/historia-del-tour-de-francia-una-carrera-de-leyenda/#/>
- Álvarez, L. (2020). *Universidad de Valladolid*. Obtenido de Universidad de Valladolid: https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/52038/TFG_F_2020_103.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Andrés, C. d. (1 de Julio de 2021). Carlos de Andrés: el periodista que nos pone de acuerdo. (A. Varona, Entrevistador)
- Ares, J. (6 de Septiembre de 2023). Fuera de micrófono con Javier Ares. (J. d. Castillo, Entrevistador)
- AS. (Abril de 2024). *as.com*. Obtenido de as.com: <https://as.com/autor/daniel-miranda-lopez/>
- Barlovento Comunicación. (27 de Mayo de 2024). *Barloventocomunicación.es*. Obtenido de <https://barloventocomunicacion.es/informes-barlovento/>
- Canal Sur Televisión. (2004). *Libro de Estilo de Canal Sur*. Sevilla: RTVA.
- Ciclismo de ayer y de hoy. (2022). *Ciclismo de ayer y de hoy*. Obtenido de Ciclismo de ayer y de hoy: <https://ciclismoayerhoy.com/tour-de-francia-1975-el-primer-tour-perdido-por-eddy-merckx-una-agresion-y-una-mandibula-rotta/#:~:text=El%20franc%C3%A9s%20llega%20a%2015,hijos%20e%20intento%20de%20v%C3%B3mito.>
- Diario AS. (2016). *as.com*. Recuperado el 12 de Marzo de 2024, de https://as.com/especiales/ciclismo/tour_francia/comunes/historia/
- Eurosport. (1 de Junio de 2020). *eurosport.es*. Recuperado el 12 de Marzo de 2024, de https://www.eurosport.es/ciclismo/confesion-lance-armstrong-poder-cambiar-mejor-persona_sto7763801/story.shtml
- Eurosport. (28 de Septiembre de 2023). *eurosport.es*. Recuperado el 6 de Abril de 2024, de https://www.eurosport.es/ciclismo/eurosport-cierra-una-temporada-ciclista-con-un-seguimiento-y-audiencias-de-record_sto9814343/story.shtml
- Eurosport. (28 de Septiembre de 2023). *Eurosport.es*. Obtenido de Eurosport.es: https://www.eurosport.es/ciclismo/eurosport-cierra-una-temporada-ciclista-con-un-seguimiento-y-audiencias-de-record_sto9814343/story.shtml
- Fernández, F. (Junio de 2012). *RTVE*. Recuperado el 12 de Marzo de 2024, de RTVE: <https://www.rtve.es/deportes/ciclismo/tour-francia/historia/>

- García, D. (Abril de 2024). Entrevista a David García. (D. García, Entrevistador)
- García, D. (1 de Mayo de 2024). *LinkedIn*. Obtenido de LinkedIn:
<https://www.linkedin.com/in/david-garc%C3%ADa-g%C3%B3mez-071b67144/details/experience/>
- Geographic, N. (Dirección). (2013). "*El mayor fraude del ciclismo*" [Película].
- Induráin, M. (6 de Febrero de 2021). *YouTube*. Obtenido de YouTube:
https://www.youtube.com/watch?v=fh2FimkKm2s&t=1903s&ab_channel=MovistarTeam
- Kantar. (27 de Mayo de 2024). *Kantar.com*. Obtenido de
<https://www.kantar.com/es/expertise/medicion-de-audiencias>
- Lobato, A. (21 de Noviembre de 2018). El Partidazo de Cope. (J. Castaño, Entrevistador)
- López, D. M. (2019). *Universidad de Valladolid*. Obtenido de Universidad de Valladolid:
https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/39418/TFG_F_2019_70.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López, V. (26 de Julio de 1995). *El País*. Obtenido de
https://elpais.com/diario/1995/07/26/radiotv/806709602_850215.html
- López-Egea, S. (21 de Marzo de 2024). *sport.es*. Obtenido de sport.es:
<https://www.sport.es/es/noticias/volta-catalunya/pradell-magico-television-99766195>
- López-Egea, S. (21 de Marzo de 2024). *sport.es*. Obtenido de sport.es:
<https://www.sport.es/es/noticias/volta-catalunya/subida-volta-pradell-podra-ver-99796209>
- Malechter, P. (2020). *abc.es*. Recuperado el 17 de Marzo de 2024, de abc.es:
https://www.abc.es/deportes/formula-1/abci-historia-formula-1-202007141357_reportaje.html
- Marhuenda, J. (2 de Diciembre de 2019). *Medium*. Obtenido de Medium:
<https://supersanchez345.medium.com/evoluci%C3%B3n-del-periodismo-deportivo-inicios-730443c62f9>
- Messeguer, L. (2020). *Metiendo Codos*. La esfera de los libros.
- Miranda, D. (Abril de 2024). Entrevista a Dani Miranda. (D. García, Entrevistador)
- Mitjans, P. (5 de Agosto de 2022). *sport.es*. Recuperado el 6 de Abril de 2024, de sport.es:
<https://www.sport.es/bicio/las-audiencias-del-tour-de-francia-los-datos-no-enganan/>
- Molina, M. F. (6 de Julio de 2019). *huffingtonpost.es*. Recuperado el 6 de Abril de 2024, de huffingtonpost.es: https://www.huffingtonpost.es/entry/cuando-el-ciclismo-pincho_es_5d1e0130e4b04c4814100009.html

Moreno, J. F. (Mayo de 2002). *Revista Latina de Comunicación Social*. Obtenido de Revista Latina de Comunicación Social: <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/mcdcat2/wp-content/uploads/sites/22/2020/03/01.-De-la-Curz-Moreno-J-F.-Periodismo-y-ciclismo.-Perspectivas-del-papel-organizador-de-la-prensa.pdf>

Ordorica, P. (2024). *LinkedIn*. Obtenido de LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/pablo-ordorica/?originalSubdomain=es>

Ordorica, P. (2024). *YouTube*. Obtenido de YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCyyYBUYGPvmf59fh6ld5c-g>

Simón, R. (1 de Octubre de 2019). *ciclismoafondo.es*. Obtenido de ciclismoafondo.es: https://www.ciclismoafondo.es/opinion/rafa-simon/carlos-de-andres-la-televisiva-voz-del-ciclismo_47075_102.html

Varona, A. (1 de Julio de 2021). *sport.es*. Obtenido de sport.es: <https://www.sport.es/bicio/carlos-de-andres-el-periodista-que-nos-pone-de-acuerdo/>

Vega, I. (30 de Mayo de 2020). *joanseguidor.com*. Obtenido de joanseguidor.com: <https://joanseguidor.com/ciclismo-80/>

Vinuesa, J. (24 de Enero de 2024). *motor.es*. Recuperado el 17 de Marzo de 2024, de motor.es: <https://www.motor.es/formula-1/evolucion-monoplazas-formula-1-202499919.html>

Anexos

Entrevista a Dani Miranda:

1. ¿CREES QUE HA HABIDO UNA EVOLUCIÓN EN LA MANERA DE CUBRIR EL CICLISMO DESDE QUE COMENZASTE EN LA REDACCIÓN DE AS HASTA LA ACTUALIDAD?

Sí. Mi primera Vuelta a España como enviado especial de AS fue en 2019 y, tras cada edición, noté el interés mayor que hay por un contenido multimedia. Siempre lo primordial es la noticia, las entrevistas, lo que suceda en la carrera, pero la gente también tiene mucho interés en lo que sucede... y conocerlo al momento, y eso, a través de un teléfono móvil y las distintas plataformas es muy habitual hoy en día. Empecé a viajar como enviado especial con 23-24 años (ahora tengo casi 29) y los más veteranos de la profesión, con los que coincidí en diversas carreras, sí me cuentan que el cambio es brusco, sobre todo porque antes la información solo era para el periódico de papel. El nacimiento de internet y las respectivas webs modificó todo por completo.

2. EN CASO DE SER ASÍ, ¿CONSIDERAS QUE ESTA EVOLUCIÓN QUE SE HA DESARROLLADO EN EL CICLISMO HA GENERADO CAMBIOS A LA HORA DE PERCIBIR EL CICLISMO POR PARTE DE LA OPINIÓN PÚBLICA?

Ahora mismo, el ciclismo, dicho también por los veteranos, está viviendo una época de esplendor, con un nivel excelso y varios corredores que apuntan a ser históricos coincidiendo en una misma generación. Se trata de un deporte que ha pasado por distintas etapas en los últimos 20-30 años. El boom que generó Pedro Delgado, primero, y Miguel Indurain, después, es difícil de igualar, pero hay corredores españoles como Juan Ayuso y Carlos Rodríguez que a buen seguro darán alegrías al público español. Por mucho nivel y espectáculo que haya, la opinión pública, española en este caso, se engancha más si hay un corredor de su país entre los mejores. Para el aficionado de nicho, sin banderas, están siendo unos años difíciles de igualar.

3. ¿CONSIDERAS QUE LOS MEDIOS GENERALISTAS SON JUSTOS CON EL CICLISMO Y LO CUBREN DE MANERA CORRECTA O EN ALGUNOS CASOS NO SE REALIZA UNA COBERTURA ADECUADA?

En España, de siempre, lo que más interesa son las grandes vueltas, concretamente en este orden: Tour de Francia, Vuelta a España y Giro de Italia. Muchas personas, sobre todo las más mayores, tiene asociadas la típica frase de que las bicicletas son para el verano, cuando cada temporada, especialmente desde la pandemia, se está viendo unos brillantes días de competición prácticamente cada semana. Los llamados medios generalistas (entendiendo que son los no deportivos) sí se centran más en eventos más 'grandes' o noticias de mucho alcance, como la caída en la Itzulia en este mes de abril que dejó, entre otros lesionados, a Vingegaard, Evenepoel y Roglic.

4. DESDE EL PUNTO DE VISTA DE FIGURAS INFLUYENTES COMO TADEJ, VINGEGAARD, VAN DER POEL... ¿CREES QUE CONSIGUEN ATRAER Y ENGANCHAR A UN MAYOR PÚBLICO AL CICLISMO Y DE ESTA MANERA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN O EL CICLISMO MANTIENE A UN PÚBLICO MUY CONSTANTE, AUNQUE NO HAYA FIGURAS CON ESTA IMPORTANCIA?

Este tipo de figuras ayuda a que el aficionado medio al deporte se acerque al ciclismo. Sin duda. Hay necesidad de referentes, de ganadores, de corredores espectaculares, incluso sin ganar demasiado (Mikel Landa es un gran ejemplo). Mucha gente en España, sin ser muy aficionada al ciclismo, recuerda de buena manera los cinco Tour de Miguel Indurain. El ser

consciente de estar viendo a corredores y eventos históricos que perdurarán en el tiempo es un plus.

5. PARTIENDO DE LA PERSPECTIVA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ¿HAY UN TRATO CORRECTO POR PARTE DE LOS DIFERENTES EQUIPOS CICLISTAS Y DE LOS PROPIOS CICLISTAS HACIA LOS MEDIOS O EN ALGUNOS CASOS SON RETICENTES A LA HORA DE DAR ENTREVISTAS O COLABORAR?

Mayormente, los corredores son accesibles para hablar, pero nunca sin olvidar que hay estrellas. Un corredor como Pogacar o Vingegaard no será tan conocido como Messi o Cristiano, pero son estrellas en su deporte, los grandes referentes, y por eso la demanda para intentar hablar con ellos es mayor. También antes los ciclistas estaban a un alcance mayor, no existían apenas los jefes de prensa ni las redes sociales. Ahora hay distintos filtros que, aunque sigue habiendo el contacto, este en algunos casos es menor.

6. ¿HA HABIDO UN CAMBIO DE COMPORTAMIENTO POR PARTE DE LOS EQUIPOS/CICLISTAS HACIA LOS MEDIOS O ESTE COMPORTAMIENTO SE HA MANTENIDO DESDE TU ENTRADA EN LA REDACCIÓN O HA SIDO MUY CONSTANTE?

La pandemia cambió mucho la forma de trabajar. Muchos corredores, y era lógico, para no tener riesgos, preferían entrevistas telemáticas, haciendo en estos casos que el trabajo del enviado especial a las carreras quedase devaluado, porque conseguía lo mismo que alguien que estaba en su casa. Por suerte eso ya cambió desde el pasado verano y se vuelve, salvo alguna excepción, a trabajar a niveles prepandemia. También debes saber que según lo que preguntes o el tema que hables, el comportamiento de los equipos/ciclistas puede ser diferente, pero el periodismo es así. En algunos casos también puede ser interés de ambas partes: del periodista para conseguir la noticia/entrevista y del corredor/equipo de poder mostrarse en los medios, en AS en mi caso.

7. DESDE TÚ PUNTO DE VISTA, ¿QUÉ COSAS PUEDEN MEJORAR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN A LA HORA DE CUBRIR EL CICLISMO? ¿Y QUÉ PUNTOS FUERTES TIENEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN A LA HORA DE CUBRIR EL CICLISMO?

Lo ideal, obviamente, para el ciclismo sería protagonizar portadas, salir en la TV en la hora de máximas audiencias... pero es obvio que hay deportes que generan y mueven más, destacando el fútbol, y con eso es difícil competir. Eso sí, cuando llega el Tour de Francia, carrera que cubro desde 2022, el ciclismo monopoliza buena parte de la información deportiva, lo que demuestra que hay interés. Y el punto fuerte de los medios, al menos en el caso de AS, es la presencia, el estar en el sitio, donde sucede la noticia. Eso da mucho valor y genera mucho, más allá de las noticias y las entrevistas. Siembras algo que puede dar frutos meses o años más tarde. Que los corredores te pongan cara y nombre da un plus a la hora de interactuar.

8. ¿CÓMO ES LA PREPARACIÓN INFORMATIVA DE UN PERIODISTA ANTES DE UNA GRAN VUELTA CARRERA IMPORTANTE?

Es un trabajo que lleva varios meses de preparación. Más allá de lo periodístico, que es lo principal, también hay que gestionar y tener controlada la logística: hoteles en cada rincón del país que sea, coche, transporte... y todo ello durante casi un mes. En cuanto a nivel informativo, conocer el recorrido a la perfección, cada detalle, cada rincón, porque puede ser origen o dar pie a un tema, un reportaje, estar vinculado con un corredor. Por ejemplo, este año viajo de nuevo al Tour de Francia, que comienza en Florencia. La segunda etapa saldrá de Cesenatico, localidad donde falleció Marco Pantani, por lo que de ahí ya tengo varias ideas en

la mente. El estrés y la tensión informativa es mayor que una semana normal, porque es esa situación durante casi 25 días, pero cada uno de ellos tiene una historia nueva. También es importante llevar entrevistas al menos ya gestionadas, incluso hechas, antes de acudir. Luego, la propia carrera te aporta el resto, y siempre estar fresco de mente... y de energías, porque es una carga importante para el cuerpo (en lo referido a Tour y Vuelta). En estos momentos, por ejemplo, estoy cubriendo in situ La Vuelta Femenina, y se nota que todavía está varios escalones por debajo de seguimiento, pero el tratamiento informativo es el mismo. Y en este caso, está aumentando con el paso de los años.

9. ¿QUÉ RECOMENDACIÓN DARÍAS A UN PERIODISTA QUE QUISIERA DEDICARSE A ESCRIBIR SOBRE CICLISMO? ¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERAS QUE DEBERÍA TENER EN CUENTA EN SU FORMACIÓN?

Mi recomendación: estar siempre atento a cualquier carrera del planeta y empezar desde abajo, con los corredores más humildes, tratando de contactar con ellos, bien sea para un medio o para publicarlo en un blog personal. Ir poco a poco, con paciencia, que es una carrera de fondo y no estarás el primer día con Pogacar ni Vingegaard, pero tal vez poco a poco, interactuando con su entorno (masajistas, directores, auxiliares...) consigas más noticias que del propio protagonista que hablando con él mismo. Nunca hacer de menos a nada ni a nadie, porque en ciclismo todo puede cambiar muy rápido, y también hacer un buen uso de las redes sociales, especialmente Twitter (X), que sea como tu propio canal para informar al resto.