



FACULTAD DE COMUNICACIÓN

GRADO EN PERIODISMO

HISTORIA, PRESENTE Y COBERTURA MEDIÁTICA DE LA VUELTA CICLISTA A ANDALUCÍA

TRABAJO DE FIN DE GRADO

PRESENTADO POR JOSÉ TRASHORRAS MARTÍNEZ

TUTORIZADO POR D. JOSÉ LUIS ROJAS TORRIJOS

SEVILLA, JUNIO DE 2020

*A todos los que, de una forma u otra,
me han enseñado el valor del esfuerzo y el conocimiento
y el de dedicarse a lo que uno ama*

ÍNDICE

1. Resumen y palabras clave	Pág. 5
2. Introducción	Pág. 6-8
2.1. De deporte rey a deporte en reinención	Pág. 7
2.2. España, de la cola del pelotón a la cabeza de carrera	Pág. 7
3. Hipótesis y objetivos	Pág. 8-9
4. Estructura y metodología	Pág. 9-10
5. Historia de la Vuelta ciclista a Andalucía-Ruta del Sol	Pág. 11-21
5.1. Una primera edición tan exitosa como controvertida	Pág. 11
5.2. Regreso y consolidación arropada por Málaga	Pág. 14
5.3. Luces y sombras en la década de los 70	Pág. 16
5.4. La Ruta del Sol, la expansión mediterránea y Gibraltar	Pág. 19
5.5. El retorno de la Vuelta a Andalucía con apoyo institucional	Pág. 20
6. Presente y futuro de la Vuelta ciclista a Andalucía	Pág. 21-30
6.1. La Ruta del Sol en el nuevo milenio	Pág. 21
6.2. Innovaciones y particularidades de la Vuelta a Andalucía	Pág. 22
6.3. El proyecto de la Vuelta femenina	Pág. 27
6.4. Colaboradores, patrocinadores y apoyo institucional	Pág. 28
7. Visibilidad de la Ruta del Sol en los medios de comunicación	Pág. 30-49
7.1. La Vuelta a Andalucía en la televisión pública andaluza (Canal Sur)	Pág. 31
7.2. Eurosport y la Vuelta a Andalucía más internacional	Pág. 32
7.3. Análisis de la cobertura informativa de 2020 en la prensa andaluza	Pág. 36
7.4. Cobertura informativa en el siglo XXI por <i>SUR</i> , <i>IDEAL</i> , <i>CÓRDOBA</i> y <i>DIARIO DE SEVILLA</i>	Pág. 41

8. Espacio dedicado al ciclismo en los medios de comunicación	Pág. 49-65
8.1. La televisión —¿coto privado del fútbol?— y el ciclismo	Pág. 50
8.2. Vivimos en un país resultadista	Pág. 53
8.3. Ciclismo en tiempos de confinamiento: audiencias de Teledeporte durante la crisis del coronavirus	Pág. 55
8.4. El dopaje, un fantasma que no termina de desaparecer	Pág. 58
8.5. El ciclismo en los nuevos formatos y las redes sociales	Pág. 62
8.6. Resultados de la encuesta sobre la percepción del ciclismo en los medios	Pág. 63
9. Conclusiones	Pág. 66-67
10. Referencias bibliográficas	Pág. 68-70
11. Anexo	Pág. 71-84
11.1. Entrevista a Juan Mari Guajardo	Pág. 71
11.2. Entrevista a Jorge Cubero	Pág. 76
11.3. Entrevista a Joaquín Cuevas	Pág. 80

1. RESUMEN

La Vuelta a Andalucía es la prueba ciclista más importante de la comunidad autónoma andaluza y se ha consolidado a lo largo de los años como una competición de gran nivel con bastante reconocimiento internacional, algo motivado, en parte, a la estrategia mediática llevada a cabo por la organización de la carrera en las últimas décadas. Sin embargo, la cobertura por parte de la prensa local andaluza no es tan destacada como la retransmisión televisiva de la Vuelta.

¿Cómo es la visibilidad de la carrera, durante la semana que transcurre la misma, en los periódicos andaluces? El análisis realizado sobre el tema arrojará algo de luz sobre el asunto a la vez que lo pondrá en contexto con la actual situación del ciclismo en los medios y el público español, afectada por la hegemonía del fútbol, el relevo generacional y envejecimiento de las grandes estrellas y el fantasma del dopaje.

Consideramos importante poner en valor la relevancia histórica y deportiva de la Vuelta a Andalucía para que las instituciones, los medios de comunicación (especialmente los locales) y el público la reconozcan e impulsen de forma definitiva.

ABSTRACT

The Tour of Andalusia (Vuelta a Andalucía) is the most important cycling course in its region. It has become established during years as a high levelled competition with international recognition. One of the reasons of this recognition is the media strategy conducted by the course organisers in the last decades. However, local press coverage is not as evident as Vuelta a Andalucía's TV live broadcast.

How is this course visibility in Andalusian press during the week when it takes place? Our analysis will throw some light on the issue while relating it to the context of today's cycling situation in mass media and Spanish audience. This situation is affected by football predominance, generational shift, big stars aging and the ghost of doping.

We consider highlighting the importance of Vuelta a Andalusia's historical and sports relevance is a necessary thing so that public institutions, mass media, primarily local press, and audience value it and give it the definitive boost.

Palabras clave: Ciclismo, Vuelta ciclista a Andalucía, medios de comunicación, prensa local, Andalucía

Key words: *Cycling, Vuelta ciclista a Andalucía, mass media, local press, Andalusia*

2. INTRODUCCIÓN

El deporte español ha pasado por diferentes etapas. Desde el largo período en que España fue considerada una nación de segunda, bajo el yugo del régimen franquista y la posterior transición a la nueva democracia, cuando apenas destacaban unos pocos fuera de serie, al momento de eclosión de finales del siglo pasado y el despegue definitivo de los Juegos Olímpicos de Barcelona 1992, para convertirse en un deporte puntero y la referencia en disciplinas tan diferentes como el tenis, el fútbol, el bádminton, el piragüismo o el ciclismo.

A lo largo de este trabajo se llevará a cabo un estudio de la historia de la Vuelta ciclista a Andalucía-Ruta del Sol, con 66 ediciones a sus espaldas, así como sus planes de futuro, su aparato comunicativo y el papel que juega a nivel regional e internacional. Este estudio nos servirá para, a su vez, constatar lo resultadista que es la sociedad española para con el deporte y cómo el hecho de que una competición deportiva se vuelva más atractiva y gane en participación año tras año no necesariamente tiene que ir de la mano con la atención mediática que esta recibe, siendo más conocida —y reconocida— en el extranjero, como comenta el propio director general de la carrera, Joaquín Cuevas, y demuestran las coberturas internacionales en relación a las españolas. El ciclismo, como veremos a continuación, es un deporte que ha transcurrido por un devenir muy específico tanto en líneas generales como en nuestro país en concreto, con circunstancias como la hegemonía de Indurain que lo pusieron bajo todos los focos en el más positivo de los sentidos y otras, como la lacra del dopaje (caso Armstrong, Operación Puerto, positivo de Contador) o la retirada de Alberto Contador, que han desinflado en cierta manera el interés del público general por el deporte de las dos ruedas.

Para conocer a fondo la magnitud y los entresijos de la Vuelta a Andalucía, realizaremos un viaje por su historia desde sus inicios y nacimiento en el año 1925 hasta el momento presente. Haremos balance del estado actual de la carrera de la mano de su director e indagaremos sobre sus proyectos para el futuro, algunos para un futuro muy próximo, como el de organizar una carrera femenina. Analizaremos la cobertura mediática que ha tenido en las últimas dos décadas, tanto en la televisión como, especialmente, en la prensa local, y los cambios que ha experimentado fruto de la estrategia comunicativa de la organización de la carrera y de la propia coyuntura de los medios y su relación con el ciclismo. Por último, para comprender completamente la situación de la Ruta del Sol, reflexionaremos acerca de aquellos aspectos que pueden eclipsar actualmente el alto nivel competitivo del ciclismo en general en los medios de comunicación españoles —la hegemonía mediática del fútbol, el resultadismo de la sociedad española y las secuelas del dopaje— y, por el contrario, el culto a los mitos del deporte que aún hoy se sigue dando, como demuestran las cifras de audiencia de las redifusiones de etapas clásicas en Teledeporte, y el auge de los portales en Internet y los nuevos formatos dedicados al ciclismo.

2. 1. DE DEPORTE REY A DEPORTE EN REINVENCIÓN

El mundo deportivo no siempre ha sido como hoy lo conocemos, ni mucho menos. Si bien en la actualidad el fútbol eclipsa completamente todas las demás disciplinas y modalidades salvo en momentos muy precisos, como durante los Juegos Olímpicos o los *Grand Slams* de tenis, en sus inicios, deportes como el boxeo o el críquet eran los que copaban las pocas informaciones que había. Ya a finales del siglo XIX y principios del XX, la bicicleta fue ganando más y más importancia. Se popularizaron las primeras clásicas — algunas de las cuales hoy se siguen disputando convertidas en verdaderos monumentos del ciclismo, como *Liège-Bastogne-Liège* o *Paris-Roubaix*— y los principales medios deportivos de la época se volcaron no solo con el patrocinio y la cobertura informativa, sino creando sus propias carreras. Surgieron, de esta forma, el *Tour de France* (1903) y el *Giro d'Italia* (1909), cuyos jerséis de campeón adoptaron los colores amarillo y rosa de los diarios que los financiaban (*L'Auto-Vélo* y *La Gazzetta dello Sport*, respectivamente).

El siglo fue avanzando y pasando por momentos tortuosos como las guerras mundiales. Poco a poco, el fútbol fue desbancando al resto de deportes para quedar desde hace décadas como el único dominador absoluto entre los aficionados y los medios de comunicación. No obstante, el ciclismo ha seguido su propia evolución, convirtiéndose en un deporte muy diferente tras la II Guerra Mundial y encontrando entre los años 60 y 90 a los que a día de hoy siguen siendo sus máximos referentes, figuras como Jacques Anquetil, Bernard Hinault, Miguel Indurain y, sobre todo, Eddy Merckx. Un calendario consolidado, centrado en el Tour como gran escaparate de cara al resto del planeta, e importantes citas como el Giro, la Vuelta o el Mundial, además de la ampliación del abanico de estrellas, mucho más igualadas y parejas de fuerzas, caracterizan al ciclismo del siglo XXI. Un ciclismo que ha tenido que reponerse en la última década, no obstante, del duro varapalo que ha supuesto la omnipresencia del dopaje en un amplio sector de los corredores de una generación, la encabezada por Lance Armstrong, héroe de los siete Tours en su día que hoy no es más que la cara más visible y mediática del fraude. Pese a todo ello, el deporte mira hacia delante con la intención de seguir creciendo y evolucionando sin perder la esencia de las grandes gestas que siempre lo ha caracterizado.

2. 2. ESPAÑA, DE LA COLA DEL PELOTÓN A LA CABEZA DE CARRERA

En España, Bahamontes y Ocaña fueron los primeros en alcanzar la gloria del *maillot* amarillo del Tour de Francia. No obstante, como sucedía con muchos otros deportes, eran héroes aislados, sin continuidad de una escuela que augurase el crecimiento en cantidad ni calidad del ciclismo español. La afición era, como hoy es, poderosa en lugares como Euskadi, y algunas pruebas como la *Volta a Catalunya* (la tercera carrera por etapas más antigua del mundo), la Vuelta al País Vasco o la propia Vuelta a España, con sus idas y venidas, iban asentándose en el calendario. Sin embargo, no fue hasta la década de los 80, con Perico Delgado, cuando afición y prensa comenzaron a prestar verdadero interés al mundo de la bicicleta. El carisma del segoviano unido a lo bien que conectaba con el público, especialmente en sus fracasos, mantuvieron a muchos en vilo durante todas aquellas Vueltas y Tours que disputó. La atención mediática hacia el ciclismo se disparó en aquella época, unos años ochenta en los que el periodismo deportivo radiofónico triunfó, con las diferentes

emisoras de radio en coche entrevistando a todos los protagonistas y enganchando a muchos a las retransmisiones en directo.

Y aquello no fue sino el prólogo de lo que estaba por venir: Indurain y sus cinco Tours seguidos colocaron a España como una potencia de primer nivel en el mundo del ciclismo, en cuya cresta de la ola ha vivido desde entonces: Olano, Freire, Contador, Purito, Valverde y la proliferación de pruebas y equipos ciclistas que se han ganado el respeto y la admiración de todo el pelotón internacional, con el único —y notable— lunar, una vez más, del dopaje. El famoso ‘chuleton’ del de Pinto, la Operación Puerto e incluso la reciente descalificación de Juanjo Cobo de la Vuelta 2011, en la que figuraba como ganador, han hecho mella en el entusiasmo que el público patrio tenía por este deporte. Todo ello, unido a la retirada de estrellas como Contador, el envejecimiento de Valverde y la —más que discutible— aparente falta de relevo generacional, ha provocado un descenso no en el seguimiento de las competiciones ciclistas, que siguen manteniendo sus espectadores, sino en la cobertura mediática que los medios nacionales, regionales y locales les dedican, además del debate que entre los aficionados generalistas (aquellos que no son fanáticos de las bicicletas) generan acerca de las pruebas, desalentados ante la falta de esa estrella dominadora a la que se les ha malacostumbrado.

Este es el panorama en el que se ubica el amplio circuito actual de carreras profesionales españolas, cuya mayor parte se disputa a comienzos de la temporada, lejos de los calores veraniegos, y que se encuentra en crecimiento tanto en la categoría masculina como en la femenina. En pleno mes de febrero se disputa la Vuelta a Andalucía, una carrera que goza de una estima cada vez más considerable en el mundo del ciclismo internacional, y que trata de seguir creciendo y haciéndose notar como puede dentro del deporte nacional y autonómico.

3. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS

La hipótesis de este Trabajo de Fin de Grado es que la Vuelta ciclista a Andalucía-Ruta del Sol es una carrera cuya cobertura mediática local (refiriéndonos a la prensa andaluza concretamente) no refleja la importancia deportiva e histórica de la prueba, así como su potencial de atracción del turismo y de deportistas extranjeros de primer nivel. El ejemplo de la ronda andaluza nos servirá también como espejo del papel que juega el ciclismo en los medios de comunicación españoles, sus puntos fuertes (el culto a los grandes campeones y victorias nacionales y la proliferación en las nuevas plataformas) y los débiles (la hegemonía mediática del fútbol, la pérdida de interés cuando no hay estrellas nacionales y el desprestigio por culpa del dopaje).

El objetivo principal de esta investigación es analizar la situación mediática actual de la Vuelta ciclista a Andalucía, especialmente en cuanto a la prensa local, comparando las características de las informaciones publicadas por varias cabeceras andaluzas en los últimos quince años, para conocer si la evolución hasta su estado en el presente se corresponde con el nivel alcanzado por la carrera en los últimos años.

Además, nos hemos marcado los siguientes subobjetivos:

- Explicar el devenir histórico de la Ruta del Sol a través de la recopilación de información sobre el mismo.
- Poner en valor la relevancia que la carrera tiene tanto a nivel regional como en el ámbito internacional.
- Reflexionar acerca de los factores que pueden haber influido en la pérdida de interés de algunos sectores por el ciclismo en los últimos años.

4. ESTRUCTURA Y METODOLOGÍA

El presente trabajo se divide en varias partes. Una primera en la que trata de abarcarse toda la historia de la Vuelta a Andalucía, para conocer todas las circunstancias concretas que la han convertido en la carrera que hoy es, así como los aspectos en los que la Ruta del Sol es pionera. Tras ella, llegaremos a la ronda andaluza tal y como hoy la conocemos, con las particularidades que la caracterizan y sus proyectos para el futuro. Para ello hemos contado con la inestimable ayuda de Joaquín Cuevas, con quien hemos tenido la oportunidad de hablar y que no ha puesto impedimento alguno a la hora de aportar datos.

Después llega el análisis de la cobertura mediática de la carrera. Comenzamos por la evolución de la estrategia empleada por la dirección de la carrera en cuanto a los derechos televisivos de la misma en las últimas dos décadas, para pasar posteriormente al análisis de todas las informaciones publicadas en prensa andaluza durante los días que ha abarcado la Vuelta a Andalucía en 2020. Además, hemos escogido varios diarios particularmente relevantes a nivel local y que han seguido de cerca la edición de 2020, *CÓRDOBA*, *SUR*, *IDEAL* y *DIARIO DE SEVILLA*, para indagar en las informaciones que recogieron sobre la Vuelta a Andalucía en 2005, 2010 y 2015, para así comparar el espacio y contenido de cada uno a lo largo de estos años y sacar las respectivas conclusiones que confirmen o no nuestra hipótesis.

Una última parte del presente trabajo está constituida por una reflexión sobre los diferentes factores que influyen en el espacio y visibilidad que el ciclismo alcanza hoy en día en los medios de comunicación. De nuevo acudiremos a casos concretos como el de Lance Armstrong para hablar de los efectos del dopaje en la opinión pública y el periodismo, y a la emisión de etapas y carreras míticas en Teledeporte para hablar de la fuerza de los campeones nacionales a la hora de crear afición. Precisamente incluimos el seguimiento que hemos realizado durante el mes de abril a estas emisiones para valorar su acogida y que esta confirme nuestra teoría.

La metodología escogida para la consecución de los resultados esperados y la cumplimentación de los diferentes objetivos marcados es inductiva, especialmente en la parte central del trabajo, a partir del caso concreto de los periódicos andaluces analizados y de la televisión internacional Eurosport. De ahí se pasa a lo general, a la atención mediática del ciclismo en España, para explicar diferentes aspectos que pueden haber influido en el caso de la Vuelta a Andalucía.

El caso de Eurosport, que nos explica el propio director de la carrera, es paradigmático de la promoción televisiva que ha alcanzado la Ruta del Sol en las últimas décadas. El de la prensa, que no deja una imagen tan satisfactoria a nivel general, se ha basado en la elección de cuatro diarios, *CÓRDOBA*, *SUR*, *IDEAL* y *DIARIO DE SEVILLA*, al tratarse de cabeceras de distintas provincias, con un gran alcance y repercusión en las mismas, y que habían estado presentes en el análisis realizado a la cobertura de 2020 a toda la prensa local.

Siguiendo una metodología diacrónica se pretende conocer cómo ha evolucionado el aparato mediático en torno a la Vuelta a Andalucía y su visibilidad tanto a nivel local como en el internacional en el caso de la televisión, todo ello como colofón o continuación lógica del acompañamiento histórico de la carrera que hemos llevado a cabo hasta llegar al momento actual.

De este modo, y como este Trabajo de Fin de Grado comprende diferentes partes que requieren un método de trabajo diferente en cada una, en el apartado de fuentes incluye bibliografía (especialmente en cuanto a la recopilación histórica de la carrera), investigación, análisis de prensa escrita andaluza en el presente siglo, el análisis de las emisiones de grandes momentos del ciclismo en Teledeporte durante un mes, los resultados de una encuesta realizada a 182 personas para conocer su percepción sobre las cuestiones de las que nos ocupamos en el trabajo, y testimonios de distintas personas muy vinculadas al mundo del ciclismo, tales como Heriberto Frade (periodista de COPE), Juan Mari Guajardo (*speaker* de la Vuelta a Andalucía y la Vuelta a España), Jorge Cubero (corredor del Burgos-BH) y Joaquín Cuevas (director general de la carrera). Las entrevistas completas de los tres últimos pueden ser consultadas íntegramente en el anexo.

5. HISTORIA DE LA VUELTA CICLISTA A ANDALUCÍA- RUTA DEL SOL

La Vuelta ciclista a Andalucía-Ruta del Sol es el máximo exponente a nivel profesional de la pasión por el ciclismo que existe en la comunidad autónoma en la que se disputa. Tuvo un nacimiento temprano, en el año 1925, tratándose de la tercera carrera ciclista más antigua de España (tras la *Volta a Catalunya* y la *Itzulia*-Vuelta al País Vasco). Sin embargo, tras su estreno no volvió a celebrarse hasta 1955. En total son 66 las ediciones que se han disputado de esta vuelta por etapas. Los cambios de nomenclatura y señas de identidad de la prueba son un claro reflejo de los vaivenes que el deporte español, especialmente en disciplinas no mayoritarias, ha vivido durante todo el siglo XX hasta su consolidación y expansión en las últimas décadas del mismo.

5. 1. UNA PRIMERA EDICIÓN TAN EXITOSA COMO CONTROVERTIDA

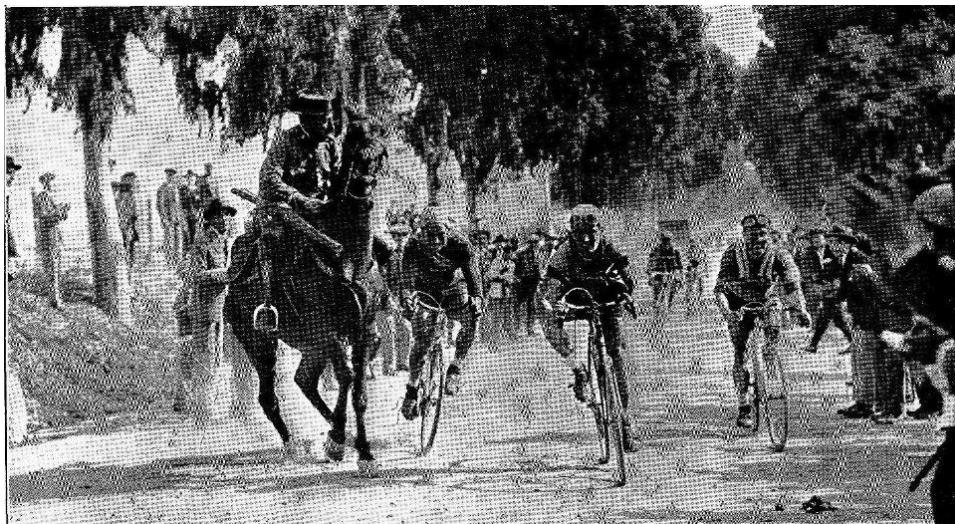
La primera edición de la Vuelta a Andalucía se fragó en la mente del sevillano Miguel Arteman Cerdá, el por aquel entonces secretario de la Unión Velocipédica Española (UVE), precedente de la Real Federación Española de Ciclismo. Arteman fue también impulsor de la primera vuelta por etapas de España, la *Volta a Catalunya* (1911). Un hombre tan polivalente y versátil que fue miembro de la primera redacción del periódico *MUNDO DEPORTIVO* en 1906 y campeón de España de motociclismo en 1908. Su mano derecha en la empresa de crear la ronda andaluza fue Rafael Olmedo.

La carrera se disputó en una fecha en la que hoy día suele haber terminado cada año el calendario profesional de carretera, entre el 28 de octubre y el 1 de noviembre. Constó de 735 kilómetros y cinco etapas diseñadas por Arteman junto a Ciclosport sevillano, las cuales discurrieron entre Sevilla y Córdoba (131 km), Córdoba y Málaga (183 km), Málaga y Algeciras (140 km), Algeciras y Cádiz (125 km) y Cádiz y Sevilla (156 km). Participó un total de 38 corredores independientes, todos ellos españoles, lo cual fue valorado como un éxito en aquellos tiempos. La prensa recogió las abundantes entidades y particulares que colaboraron en la organización y realización de la vuelta, entre las que se encontraban el Real Betis Balompié y el Sevilla Fútbol Club. El 1 de noviembre de 1925 se proclamó primer vencedor de la Vuelta a Andalucía el ganador de la etapa inaugural, Ricardo Montero, ciclista guipuzcoano (aunque nacido en Ávila) que ese mismo año, a sus 23, se había coronado en San Sebastián como campeón de España en ruta un par de meses antes, el 2 de agosto. Además, tuvo un papel destacado el madrileño Telmo García, que se llevó nada menos que tres de las cinco etapas (tercera, cuarta y quinta) al esprint.

La del debut fue una edición que no estuvo exenta de polémica, desde luego. Al inicio de la última etapa, el ciclista cántabro Victorino Otero aventajaba en 27 segundos a Ricardo Montero en la clasificación general. Ya en los compases finales de la etapa, llegando a Sevilla, con una afluencia notable de público, Montero atacó con la intención de arrebatarle el título de campeón de la ronda andaluza, ataque al que respondió Otero. Sin embargo, el caballo de un guardia civil se desbocó en los alrededores de la línea de meta, como recoge Carlos J. Martín en la revista *CHAPINA*, chocando con Otero, quien cayó al suelo. Fue

entonces cuando se le escapó el triunfo al cántabro, ya que cruzó la línea de meta a 32 segundos de Montero, quedando a cinco del mismo en la general final.

Imagen 1. Un guardia civil a caballo choca con Victorino Otero en la última etapa en 1925



Fuente: foto de Sánchez del Pando para *LA UNIÓN ILUSTRADA*, vía Juanfran de la Cruz

Insatisfecho con este resultado y con las condiciones en que se había producido, Otero reclamó a la UVE alegando que la distancia que le quedaba por recorrer era inferior a 27 segundos, fallos en el cronometraje del final de la etapa e incluso que Montero había recibido ayuda externa para cruzar el río Guadiaro. Este enredo generó impacto mediático, pues la prensa de la época recogió multitud de testimonios de testigos e implicados que se posicionaban de un lado u otro en los días posteriores al término de la carrera. Todo ello cayó en saco roto para Otero, pues la Unión Velocipédica Española concluyó dando por ganador a Ricardo Montero (quien se hizo con el título y con las mil pesetas del premio), desestimando la reclamación de Otero y sancionando a este último con nada menos que seis meses de suspensión por actitudes antideportivas el día del reparto de premios, «al insolentarse con los jurados de la carrera, profiriendo frases incorrectas dirigidas a las autoridades que formaban parte de la mesa» (resolución de la UVE citada en *CHAPINA* el 17 de febrero de 2014).

Es curioso fijarse en la cantidad bastante amplia de premios, algunos de ellos procedentes de donaciones de particulares y colaboradores, así como en la cuantía de los mismos (una cuantía bastante modesta, pero no se nos olvide que estamos hablando del año 1925). De esta manera, tal y como recoge el artículo de Martín en *CHAPINA*, y como ya se había mencionado, Ricardo Montero se llevó 1.000 pesetas al ganar aquella primera edición de la carrera. Tras él, Victorino Otero, subcampeón, obtuvo 500 pesetas; Telmo García, tercer clasificado en la general, 250; Domingo Gutiérrez, cuarto, 135; Segundo Barruetabeña, quinto, 75; y José Luis Miner, sexto, 50 pesetas. Además de eso, a los tres primeros clasificados de cada etapa se les entregó la pequeña cantidad de 100, 50 y 25 pesetas, respectivamente. Y también se repartieron premios según la clasificación regional (mejores andaluces), desde las 500 pesetas de Manuel Lucas a las 300 de Fernando Balcera, las 200 de José Morgado o las 100 de Francisco Sendra, entre otros menores de 75 o 50 pesetas.

También se condecoró al ganador con la Copa El Liberal; al primer andaluz de la carrera, Manuel Lucas, con la Copa de La Unión y la Copa del Sr. Barón de Gracia Real; o cuadros, relojes de bolsillo e incluso 100 pesetas para el último clasificado (el que hoy es conocido como farolillo rojo).

Si comparamos estos premios con los actuales podemos apreciar el tiempo que ha pasado y la capacidad que, como es natural, ha ganado la Vuelta a Andalucía. Todas las retribuciones de la edición de 2019 pueden verse en el documento adjuntado bajo estas líneas. Entre ellas destacaron los 9.037,5 euros del líder de la general final, los 4.512,5 del segundo clasificado y los 2.262,5 del tercero, así como los 3.615 euros para el ganador de cada etapa o los 1.805 para el segundo. Una cuantía total de 68.175 euros en premios sin contar los trofeos de las clasificaciones adicionales. De la edición de 2020 no se habían remitido aún datos a la fecha de finalización de este trabajo por el cambio de categoría a UCI ProSeries, aunque la estimación por parte de la dirección de la carrera es de un incremento del 10-12% repartido equitativamente entre los diferentes premios.

Imagen 2. Relación de premios de la Vuelta a Andalucía 2019

ANNEXE 1/ ANEXO 1

LISTA DE PREMIOS

65 VUELTA A ANDALUCIA "RUTA CICLISTA DEL SOL" 2019

ETAPAS		GENERAL INDIVIDUAL	
1º	3.615 EUR.	1º	9.037.5 EUR.
2º	1.805 EUR.	2º	4.512.5 EUR.
3º	905 EUR.	3º	2.262.5 EUR.
4º	455 EUR.	4º	1.137.5 EUR.
5º	365 EUR.	5º	912.5 EUR.
6º	270 EUR.	6º	675.0 EUR.
7º	270 EUR.	7º	675.0 EUR.
8º	180 EUR.	8º	450.0 EUR.
9º	180 EUR.	9º	450.0 EUR.
10º	95 EUR.	10º	237.5 EUR.
11º	95 EUR.	11º	237.5 EUR.
12º	95 EUR.	12º	237.5 EUR.
13º	95 EUR.	13º	237.5 EUR.
14º	95 EUR.	14º	237.5 EUR.
15º	95 EUR.	15º	237.5 EUR.
16º	95 EUR.	16º	237.5 EUR.
17º	95 EUR.	17º	237.5 EUR.
18º	95 EUR.	18º	237.5 EUR.
19º	95 EUR.	19º	237.5 EUR.
20º	95 EUR.	20º	237.5 EUR.
	9.090 EUR.		TOTAL 22.725 EUR.
	<u>9.090,- x 5 Etapas 45.450 EUR.</u>		

GENERAL POR EQUIPOS
1º Trofeo

GENERAL MONTAÑA
1º Trofeo

GENERAL POR PUNTOS
1º Trofeo

GENERAL COMBINADA
1º Trofeo

RESUMEN PREMIOS	
ETAPAS	45.450 EUR.
GENERAL	22.725 EUR.
TOTAL EUROS	68.175 EUR.

GENERAL M. VOLANTES
1º Trofeo

Fuente: Vuelta ciclista a Andalucía

Fueron muchos los medios que se hicieron eco de la celebración de la primera Vuelta a Andalucía. La publicación mensual *GRAN VIDA* compartió, además de las clasificaciones finales, una breve crónica en la que se congratulaba por el paso importante que suponía para el ciclismo andaluz la creación de esta carrera: «Este primer paso debe acogerse con júbilo por toda la afición». También señalaba, no obstante, algunos de los defectos de la misma en su debut: «(...) No hubo verdadera batalla, salvo algún encono (de la general apatía bruscamente se pasaba a la iracundia) en el final de las pruebas» (edición de noviembre de 1925. Sea como fuere, 1925 marcó el punto de inicio de una historia de Andalucía con el ciclismo que llega hasta la actualidad.

Imagen 3. Crónica de la primera Vuelta a Andalucía en *GRAN VIDA*



Fuente: Biblioteca Nacional, vía Juanfran de la Cruz

5. 2. REGRESO Y CONSOLIDACIÓN ARROPADA POR MÁLAGA

Sin embargo, hubo que esperar mucho para la segunda edición de la Vuelta ciclista a Andalucía: 30 años. No había, como en Barcelona con *MUNDO DEPORTIVO* (o en los casos del Tour y el Giro), como Arteman pensaba y habría deseado, un periódico con fuerte presencia en la zona que se hiciera cargo de la organización de la carrera, por lo que no había nadie que corriese con los gastos y labores de gestión y organización. Fue en 1955 cuando la

Agrupación Ciclista Malagueña asumió la organización de la carrera, recuperándose su celebración, que se estableció entonces en el otro extremo de la temporada: entre el 30 de enero y el 6 de febrero. En esta ocasión fueron ocho las etapas que se disputaron, dos de ellas dobles, sumando un total de 1.164 kilómetros de recorrido. La segunda Vuelta a Andalucía empezó y terminó en Málaga, provincia que desde aquel año pasó a tener especial protagonismo merced al nuevo organizador. La participación subió hasta los 86 ciclistas, todos españoles a falta de uno, el primer extranjero en correr la Vuelta a Andalucía: el marroquí Mizmizi Abdelkader. Entre los presentes, algunos de la talla de Federico Martín Bahamontes, Jesús Loroño o Miguel Poblet. La victoria en la general fue, no obstante, para un corredor local, concretamente de Cabra (Córdoba): José Gómez del Moral. Este ciclista se estrenaba como profesional en la Vuelta a Andalucía, a la que acudió como independiente. Su buen desempeño provocó que unos días antes del triunfo final lo fichase el equipo Real Club Deportivo Español de Barcelona-Mobilette-G. A. C. Dos años más tarde, Gómez fue el primer español en ganar la Vuelta a Colombia. El segundo clasificado, Salvador Botella, se convirtió en 1958 en el primer ciclista español que vestía la *maglia rosa* del *Giro d'Italia*.

El camino iniciado en 1955 esta vez sí se mantuvo en los años posteriores. En 1956, la Agrupación Ciclista de Málaga se fusionó con la Peña Malaguista, logrando una mayor solidez y el asentamiento de la carrera gracias a la colaboración de las instituciones andaluzas y el desarrollo turístico que en aquellos años comenzó a darse en España, especialmente en las zonas costeras con el turismo de sol y playa, lo que fomentó el impulso de la Costa del Sol y, por ende, el de la Vuelta ciclista a Andalucía. La organización de la prueba, desde ese mismo año y hasta 1973, corrió a cargo de los hermanos Antonio y José Gómez Téllez, bajo la presidencia de Emilio Ramos.

Fue entre finales de los años 50 y la década de los 60 cuando la ronda andaluza gozó de un mayor asentamiento y cuando comenzó a relacionarse con el ciclismo internacional. En 1959 participó el primer equipo foráneo, el Urago francés. En 1961, en Sevilla, llegó la primera victoria de etapa no española, a cargo del portugués Antonio Barbosa, y tres años más tarde llegó el turno del primer triunfo extranjero en la clasificación general de la carrera, ni más ni menos que para el alemán Rudi Altig, ganador de la Vuelta a España 1962 y la Milán-San Remo 1968 y campeón del mundo en 1966. Además, aquellos años se vivieron emocionantes duelos de primera categoría en el panorama ciclista, como el que protagonizaron en 1968 Luis Ocaña y el belga Antoon Houbrechts, arropado por el potente equipo Flandria, quien terminó ganando aquella edición.

El año siguiente volvió a brillar el apellido Gómez del Moral y, por consiguiente, el ciclismo local, ya que, Antonio, hermano del ganador de 1955, se proclamó vencedor de la Vuelta a Andalucía. Este ciclista había sido el primer español en ganar el Tour del Porvenir en 1962, triunfo con el que se dio a conocer internacionalmente. Un año antes logró su primera victoria de etapa en la Vuelta a Andalucía, que repetiría, junto con la general final, en 1969. En su extenso palmarés de 44 victorias atesora una *Volta a Catalunya* y tres etapas de la Vuelta a España, y tiene el honor de ser el único andaluz que ha vestido la *maglia rosa* del *Giro d'Italia* (durante tres días en la edición de 1967 de la *corsa rosa*, de la que se llevó la segunda etapa). Antonio Gómez del Moral es, en efecto, el ciclista andaluz más laureado de la historia, y su relación con el mundo de la bicicleta no acabó cuando se bajó de la misma en 1972, de forma que ha regentado una tienda de bicicletas, ha sido quien ha recuperado e impulsado la Vuelta a Sevilla en el calendario amateur en el año 2006, impulsándola en

forma de *Challenge* aunando diferentes pruebas por la provincia desde ese mismo año, y ha ocupado el cargo de director de carrera de la Vuelta a Andalucía entre 1986 y 2018, acompañado de su inseparable Manuel Álvarez (conductor). Desde 2019 ese puesto es honorífico y Álvarez va de adjunto en las labores de *abre carrera* como adjunto. Gómez del Moral ha sido y es uno de los grandes referentes para el ciclismo en Sevilla, donde está afincado desde 1966, y Andalucía, tanto en su época de ciclista como durante el resto de su vida.

5. 3. LUCES Y SOMBRAS EN LA DÉCADA DE LOS 70

Los años 70 fueron muy interesantes a la par que complicados para la Vuelta a Andalucía. Por un lado, presentó llamativas novedades que pusieron un nuevo foco de interés en la carrera, tales como el salto del estrecho de Gibraltar para celebrar una etapa en Ceuta, algo que se realizó entre 1974 y 1977 con gran expectación y acogida, uniendo los continentes europeo y africano a través de la ronda andaluza. La primera etapa en Ceuta, disputada un 12 de febrero, se la llevó el belga Freddy Maertens, gran dominador de las ediciones de 1974 y 1975, en las que ganó la general y diez etapas. El talentoso Maertens se convirtió en uno de los ciclistas de su generación y consiguió numerosos triunfos en los años siguientes en todo tipo de pruebas, incluidos los Mundiales de Ostuni 1976 y Praga 1981, así como la Vuelta a España 1977.

El diario *MUNDO DEPORTIVO* recogía con espectacularidad, como podemos leer en el documento de archivo adjuntado a continuación, el primer salto al Estrecho de la Vuelta a Andalucía y el ciclismo nacional: «Por primera vez en la historia del ciclismo español, una carrera nuestra se ha permitido el lujo de atravesar el Mediterráneo depositando todo el material, humano y mecánico, en el transbordador “Victoria”» (13 de febrero de 1974). Una llegada a Ceuta que, si bien calificaron como laboriosa y complicada, fue enormemente recompensada por el cálido recibimiento de las autoridades ceutíes. No sabemos, eso sí, si dicha acogida fue de la hiperbólica manera en que la cuenta el enviado especial a la carrera, Juan Plans, en las páginas del periódico: «Aquello fue indescriptible porque nos recibieron igual que si fuésemos descubridores de un nuevo mundo. Aunque bien pensado y bien medido, en cierto modo éramos embajadores de una prueba deportiva que jamás se había visto por estas latitudes».

Imagen 4. Crónica del primer salto al Estrecho en *MUNDO DEPORTIVO*

Pág. 22

EL MUNDO DEPORTIVO

Miércoles, 13 de febrero de 1974

CICLISMO La Vuelta a Andalucía pasó el estrecho

NADIE PUEDE CON MAERTENS

EL JOVEN BELGA PUEDE SER UN FUTURO MERCKX

Ceuta, 12. (De nuestro enviado especial, Juan PLANS.)

Creo que el pronóstico sobre Maertens, considerándole como futuro vencedor de la Vuelta a Andalucía, no podía ser más acertado. Aparte de sus victorias en los dos sectores del Trofeo de la Costa del Sol, ha ganado las dos primeras etapas de la ronda andaluza que han servido para confirmar que el rubio belga es un hombre de «todo terreno» y de todos los climas, porque del calor bochornoso del domingo hemos saltado al viento desolado de hoy, en Ceuta, pasando por el frío destemplado de la etapa del lunes, entre Málaga y La Línea. Una variedad, capaz de contrastar la calidad de un corredor.

En realidad, no le hacía ninguna falta a Maertens ofrecernos todo este lujo de detalles porque las referencias del año pasado bastan y sobran para confirmarlo como un hombre de gran porvenir, pero lo que no podíamos presentir es que viniese a Málaga con una forma tan afinada. Era el único punto dudoso que él mismo se ha encargado de aclarar con una autoridad indiscutible. Hemos de repetir, que sin ser un hombre rápido, ganó la etapa de La Línea con un demarraje imperial. Porque mientras Godefrout luchaba en empujado codo a codo para rebasar a Oliva, Maertens que venía por el lado opuesto de la calzada arrastrando un desarrollo demencial, los remontó imparablemente dando la sensación de que los demás

estaban zerrados. Una manifestación de potencia, impresionante que le valió colocarse líder y también ampararse del maillot verde de la clasificación por puntos.

¿CUAL ES EL PUNTO FLACO DE MAERTENS?

El belga todavía no ha podido convencer a todos los seguidores y algunos pronostican abiertamente que en la etapa de Cabra perderá el liderato, subiendo el puerto de Las Cumbres. Pero ya decían lo mismo con respecto a las dobles escaladas a los puertos de Acho y de Campamento, en Ceuta, y se han visto obligados a silenciar sus opiniones, aplazándolas hasta la etapa de Cabra. Con pocas posibilidades (por no ser demasiado categóricos y decir que ninguna) porque si bien el belga se mantuvo prudentemente recluido dentro del pelotón, en todas las escaladas, sin asomar la nariz en las primeras posiciones, le más dio la sensación de andar forzado y al final se permitió el lujo de escaparse junto con González Linares y Polentier para dejarlos tirados a la vista de la meta y entrar bien destacado. Conviene señalar que al autor del latigazo que rompió el pelo-

ción cumplidos se lo permiten todo...

EL SALTO AL MEDITERRANEO

Por primera vez en la historia del ciclismo español, una carrera nuestra se ha permitido el lujo de atravesar el Mediterráneo depositando todo el material, humano y mecánico, en el transbordador «Victoria». Además que fue una operación laboriosa y difícil, agravada por un temporal de agua y viento que se llevó tres horas y nos hizo saltar y bailar sobre las olas, como si el barco fuese una pelota de goma. Y aunque muchos acusaron las consecuencias de unos valeses tan constantes como Intemperstibus, la experiencia valía la pena y el humor no decayó nunca. Unos cantaban, seguramente para espantar sus rancos y otros jugaban con la balsa para disimular el mal rato que estábamos pasando pero por suerte nuestra cuando la costa empezó a ponerse difícil, las luces de la costa africana templaron nuestros ánimos para resistir hasta el final como si fuésemos aprendices de «lobos de mar».

¿Y la acogida que nos dispensaron las autoridades de Ceuta? Aquello fue indescribible porque nos recibieron igual que si fuésemos descubridores de un nuevo mundo. Aunque bien pensado y bien medido, en cierto modo éramos embajadores de una prueba deportiva que jamás se había visto por estas latitudes. Y como muy bien dijo el alcalde de Ceuta, don Jaime Alsina, de neta ascendencia catalana, significaba insertar en el engranaje de las composiciones peninsulares, una ciudad que aunque situada en la costa africana es española y piensa y siente como nosotros, los peninsulares. Ahora, esta laguna se ha cubierto y creo y deseo que no sea la última vez que una prueba ciclista recale en esta adorable costa africana, que nos recibió con los brazos abiertos.

Esta es una tierra virgen, ciclisticamente hablando, generosa y efectiva que merece todos los esfuerzos que se hagan para llevar hasta ella el calor y la inocuidad de las grandes competiciones deportivas.

LA VUELTA AL PAIS VASCO YA TIENE ITINERARIO

Tolosa (Gipuzkoa), 12 (Afliti). — Cinco etapas y ochocientos noventa kilómetros.

Día 1 de abril, primera etapa: de Villafranca de Ordizia a Llodio, 200 kilómetros.

Día 2 de abril, segunda etapa...

Fuente: *MUNDO DEPORTIVO*, vía Juanfran de la Cruz

También se hizo hincapié en aquella publicación en el ya mencionado brillo de Maertens, para el que no se escatima en elogios. Como prueba de ello, el subtítulo de la crónica: «El joven belga puede ser un futuro Merckx». Este subtítulo bien podría ser de cualquier noticia sobre el jovencísimo talento Remco Evenepoel en 2019. Nótese cómo, tanto la afición como, especialmente, el periodismo, tratan siempre de encontrar al próximo genio, a la próxima estrella. Sucede ahora, que hay muy buen nivel y mucha variedad de buenos corredores, pero no un claro dominador en el panorama ciclista internacional, con el campeón del mundo de ciclocrós, Mathieu Van der Poel, nieto de Raymond Poulidor, o con el joven belga ya citado, Evenepoel, cuya precoz y sorprendente destreza ha provocado que se le comience a cargar con la presión de ser el nuevo Merckx. Pero también pasaba incluso cuando el propio Merckx, el ciclista más grande de la historia, seguía en activo.

Sin embargo, y volviendo a la ronda andaluza, también fueron relevantes los problemas y momentos tristes por los que pasó la carrera. Junto al endurecimiento de los recorridos llegó la muerte de un corredor, el granadino Manuel Galera, tras una caída mientras esprintaba en la cima del puerto del Mojón (Cabra) en la edición de 1972. Al malogrado ciclista de 29 años se le salió la cadena aquel 14 de febrero y salió disparado por delante de la bicicleta, con la mala fortuna de llevarse un golpe letal. Tras esa aciaga jornada decidió abandonar el ciclismo su hermano, Joaquín Galera. Bajo estas líneas podemos ver a ambos hermanos (equipados con el maillot del equipo La Casera-Peña Bahamontes, escuadra impulsada por Federico Martín Bahamontes, primer español en ganar el Tour de Francia) detrás del campeón egabrense Antonio Gómez del Moral (KAS), vencedor de la Vuelta a Andalucía en 1969, en una fotografía del año 1970 cedida gentilmente por Joaquín Cuevas.

Por otro lado, en 1971, un año antes que Galera, el campeón del mundo y vencedor de la Vuelta a Andalucía en Málaga, Jean-Pierre Monseré, falleció cuatro días más tarde de alzarse con la victoria, a la temprana edad de 22 años, atropellado por un coche que invadió la carretera mientras se disputaba el G. P. Rétié, en su Bélgica natal, lo que también causó una gran conmoción.

Imagen 5. Gómez del Moral seguido de los hermanos Galera en la Vuelta a Andalucía 1970



Fuente: Joaquín Cuevas

Aparte de estos impredecibles y tristes eventos, la Vuelta a Andalucía acusaba un problema que iba a arrastrar durante unos años, y este se encontraba en el aspecto económico. En 1973, Emilio Ramos contactó con el catalán —aunque nacido en Utiel (Valencia)— Luis Cuevas, que organizaba competiciones de ciclismo, para que diera aliento a la carrera en un momento en que la organización, a la que Cuevas pasó a formar parte en 1974, lo necesitaba para seguir lanzando cada año la prueba. Sin embargo, las dificultades económicas obligaron a suspender la Vuelta a Andalucía en 1978, la única ocasión en que ha sido cancelada desde que se retomó en 1955 hasta la actualidad.

5. 4. LA RUTA DEL SOL, LA EXPANSIÓN MEDITERRÁNEA Y GIBRALTAR

De hecho, la Vuelta a Andalucía, con la estructura que había tenido los últimos veinte años, desapareció. No definitivamente, por supuesto. Dio el relevo a otra prueba de características similares que con el tiempo sería reconocida como la misma vuelta que se había fundado en 1925 y que pretendía llevar a Andalucía al primer nivel del ciclismo. Podría decirse que aquel año de 1978 supuso un punto y seguido en la historia de la carrera.

Fue entonces cuando Luis Cuevas, como organizador en solitario de la carrera, la relanzó con un nuevo nombre, fundando de esta manera la Ruta ciclista del Sol. Su Sociedad Deportiva Publitel fue la gran impulsora de la prueba desde 1979, cuando celebró su primera edición en este nuevo formato. Seguía disputándose en febrero, abriendo el calendario de carreras por etapas internacional, aunque unas semanas más tarde de lo que lo había hecho hasta entonces, para dejar el hueco en caso de que volviese la Vuelta a Andalucía como hasta entonces se había conocido. Fue entonces cuando se estableció la carrera en la semana en que actualmente se disputa (en torno al 20 de febrero). El recorrido varió en este período de la historia de la carrera, pues salía con frecuencia de las fronteras de Andalucía. Concretamente, entre 1979 y 1985, especialmente los primeros años, la Ruta del Sol se movió entre el sureste andaluz (Málaga, Granada y Almería) y la Región de Murcia (doce etapas, como muestra un recuento realizado por Juanfran de la Cruz en un hilo divulgativo realizado en la red social Twitter en 2018), llegando incluso a puntos de las provincias de Alicante (cinco etapas) y Valencia (dos). Curiosamente, esta expansión mediterránea coincidió también con la desaparición de la Vuelta al Levante en unas fechas cercanas, por lo que podría decirse que, en aquel momento, la Ruta del Sol vino a ocupar el hueco tanto temporal como geográfico que dejaban esas otras pruebas ciclistas. La carrera obtuvo un notable éxito en estos años tanto a nivel nacional como internacional.

Como cualquier producto o manifestación cultural, la Ruta del Sol también es un reflejo de cada época por la que ha pasado. De esta forma, en 1986 un pelotón ciclista llegó por vez primera a Gibraltar para conmemorar el aniversario de la apertura de la verja. Aquel 5 de febrero, el francés Stephane Guay se adjudicaba en el Peñón la segunda etapa de aquella edición tras 143 kilómetros, en medio de un público que animaba ondeando numerosas banderas británicas, como recoge la crónica de *MUNDO DEPORTIVO*: «...Ni una sola [bandera] española, con lo que sin duda aprovechaban para dejar constancia de su voluntad respecto a su conllevada nacionalidad. El pelotón que llegó hasta allí, compacto y muy poco desgastado, tuvo que vérselas con las estrechísimas carreteras de Gibraltar, con una rampa increíble en el interior de un descarnado túnel y con descensos vertiginosos que terminaban en curva de 180 grados» (6 de febrero de 1986). El actual director general de la Vuelta a Andalucía, Joaquín Cuevas, recuerda aquel momento y las complicaciones burocráticas que hubo, puesto que era una época distinta a la actual: «Fue muy complicado. Por entonces yo ya estaba metido en la organización también —con muchísimos años menos, claro—. La gran mayoría no teníamos pasaporte y nos hacía falta porque aquello era Reino Unido. Tuvimos que hacer de todo con las fotocopias del DNI, los policías y la Guardia Civil controlando cuántos entraban en los coches, cuánto material llevábamos para cualquier lado y cuánto venía para acá. Todos los líos de un paso fronterizo. Era otra época».

Estaba previsto que la carrera volviera a pasar por el Peñón años después, en 2010, como anunciaron diversos medios de comunicación a finales de 2009. Una contrarreloj

«histórica y (...) dura por el recorrido que hemos preparado», como recogían las declaraciones a EFE del director de la carrera en *MARCA* el 13 de diciembre, si bien finalmente se canceló debido a la tardanza en la respuesta de las empresas gibraltareñas, sustituyéndose por una contrarreloj individual de 10 kilómetros por Málaga. Cuevas afirma hoy que la imposibilidad final de volver a llevar la Vuelta a Andalucía a Gibraltar fue desafortunada y ajena a la organización de la carrera ni a temas deportivos: «Fue un problema político. Estaban muy bien las relaciones de España y Andalucía con Gibraltar pero, de golpe y porrazo, se entorpecieron las vías políticas y nos vimos nosotros afectados en eso».

Sin embargo, la relación entre el Peñón y la Ruta del Sol no tiene por qué haberse roto para siempre, ni mucho menos. Después de esa ocasión frustrada, la organización siguió trabajando y pensando en futuras posibilidades de que el pelotón andaluz regresase a Gibraltar. Las comunicaciones tampoco se han perdido, y actualmente se encuentran en fase de estudio y recuperación del contacto entre ambas partes: «Ahora llevamos una temporada hablando, nos estamos volviendo a enamorar, como quien dice, y en contacto, a ver si es posible llevarlo a buen término. Nuestra idea era hacer ahí una etapa importante. Además, la zona da para poder hacerla. Pero bueno, simplemente es aunar esfuerzos por un lado y por otro». La legislación que había antes, como apunta Cuevas, era muy estricta. Actualmente todo es mucho más sencillo, como puede comprobarse en las grandes vueltas que traspasan varios países en sus etapas. «Por eso a nosotros nos gustaría entrar sin más en Gibraltar, que está ahí al lado. Estamos en conversaciones».

5. 5. EL RETORNO DE LA VUELTA A ANDALUCÍA CON APOYO INSTITUCIONAL

El éxito de la Ruta del Sol y el destacado acontecimiento del paso por Gibraltar, entre otros factores, animaron al gobierno andaluz a impulsar el regreso de la Vuelta a Andalucía con todas las de la ley, recuperando su nombre original, al que se le añadió como sobrenombre su denominación de la última década para que ninguna de las etapas históricas de la ronda andaluza cayera en el olvido. De esta forma, después de la edición de 1986, Luis Cuevas recibió el encargo de organizar la primera Vuelta a Andalucía «Ruta ciclista del Sol». Fue también en este momento cuando la empresa DEPORINTER, que había colaborado en la realización de la carrera desde los albores de la misma, asumió su organización integral después de que la Real Federación Española de Ciclismo y la Junta de Andalucía decidieran depositar en esta empresa deportiva la confianza para esta labor. Una labor que viene desempeñando hasta la actualidad en la que se ha convertido en su prueba estrella.

En 1987, la Vuelta a Andalucía entraba en su etapa definitiva, la más larga y duradera, la de la consolidación total y el progresivo crecimiento en lo deportivo, en capacidad y en prestigio. Un desarrollo que, no obstante, ha ido parejo a las vicisitudes del panorama deportivo nacional y del ciclista en general hasta llegar a nuestros días. Los años siguientes fueron testigos del incremento de la dureza y el aumento de la presencia de los puertos de montaña en la Vuelta a Andalucía, con especial importancia de los Sistemas Béticos. Unos años en los que dejó de ser la competición inaugural del calendario español de ciclismo, con el establecimiento de la *Challenge* de Mallorca la semana del primer domingo de febrero a partir de 1994, dos años después de su nacimiento. Entre los ganadores de la Vuelta a Andalucía de finales del milenio encontramos grandes nombres como Eduardo Chozas (1990,

aunque ya había ganado en 1983), Stefano della Santa (1994 y 1995), Neil Stephens (1996) o Erik Zabel (1997), además de participantes como Miguel Indurain, Mario Cipollini, Tony Rominger, Laurent Jalabert, Frank Vandenbroucke o Lance Armstrong, que escogió la ronda andaluza para su regreso a la competición en 1998 tras superar un cáncer de testículo.

El reconocimiento del mundo del ciclismo hacia la Vuelta a Andalucía se hizo más tangible si cabe cuando la UCI la reconoció en el año 2000 como la prueba ciclista profesional mejor organizada del mundo, con una puntuación global para la carrera de 99,5 sobre 100 puntos.

6. PRESENTE Y FUTURO DE LA VUELTA CICLISTA A ANDALUCÍA

6. 1. LA RUTA DEL SOL EN EL NUEVO MILENIO

La entrada del siglo XXI ha supuesto la confirmación internacional de la Vuelta a Andalucía y su inclusión en el nuevo calendario ciclista mundial. La Unión Ciclista Internacional (UCI) creó en el año 2005 los Circuitos Continentales, incluyendo la Vuelta ciclista a Andalucía-Ruta del Sol en el *UCI Europe Tour* con la categoría 2.1. Dio un salto en 2017 al eslabón inmediatamente anterior al *WorldTour*, la primera división del ciclismo, cuando la UCI le concedió el nivel *Hors Catégorie* (HC). Son muchas las nomenclaturas, clasificaciones y diferenciales las que ha creado la institución que regula el ciclismo internacional en los últimos años, y nunca parecen quedar totalmente satisfechos. De hecho, para la temporada 2020 volvió a cambiarse la denominación de las diferentes categorías del ciclismo, si bien esta vez se produjo una simplificación de las mismas. Justo por debajo del *WorldTour*, que apenas sufría cambios, ahora existen las carreras *UCI ProSeries*, en las que ha sido incluida la Vuelta ciclista a Andalucía, al igual que la *Volta a la Comunitat Valenciana* y la Vuelta a Burgos.

La carrera se celebra habitualmente en la tercera semana del mes de febrero, en los albores de la temporada que siempre la han caracterizado, dentro de un amplio calendario nacional, con carreras que aprovechan el tiempo suave de España en febrero y que se suceden a lo largo de todas las semanas del mes: *Challenge* de Mallorca, Vuelta a la Comunidad Valenciana, Clásica de Almería, Vuelta a Andalucía y Vuelta a Murcia. Andalucía sirve tanto como primer contacto de la temporada para algunos colosos del pelotón, como preparación para objetivos próximos como París-Niza o Tirreno-Adriático, o para empezar la campaña por la senda de la victoria, con unas etapas muy jugosas para escaladores y clasicómanos que suben bien. En la última década, la nómina de corredores motivados por los atractivos recorridos y por el creciente prestigio de la prueba se ha vuelto particularmente destacada en calidad. Alejandro Valverde se ha convertido en el máximo campeón de la carrera con nada menos que cinco victorias en la clasificación general, tres de ellas consecutivas (2012, 2013 y 2014), además de las ediciones de 2016 y 2017. Otros grandes ganadores recientes que

tampoco han venido de paseo a las carreteras andaluzas han sido Chris Froome (2015) y Jakob Fuglsang, ganador de las dos últimas ediciones (2019 y 2020).

También merecen un repaso y una mención especial los vencedores andaluces que la carrera ha tenido a lo largo de su historia, aunque algunos ya hayan sido mencionados. La primera victoria local en la Vuelta a Andalucía llegó el año de su recuperación, en su segunda edición (1955), de la mano del egabrense José Gómez del Moral. La siguiente llegó con los mismos apellidos, pues quien se adjudicó la victoria en la ronda andaluza en 1969 fue su hermano Antonio (campeón de España de carretera y de montaña y ganador de la *Volta a Catalunya*), del que ya se han expuesto anteriormente algunos de sus importantes logros y méritos al tratarse del ciclista andaluz más importante hasta la fecha. Hubo que esperar hasta 1992 para que otro andaluz, de Maracena concretamente (Granada) volviese a llevarse la Ruta del Sol, Miguel Ángel Martínez, ciclista que coronó en solitario el Tourmalet en el Tour de 1990, sin conseguir, no obstante, la victoria de etapa. En el año 2000 llegó el triunfo de Miguel Ángel Peña, natural de Loja y, por último, Francis Cabello, de La Zubia (Granada) es el último andaluz que ha sido profeta en su tierra cuando subió a lo más alto del pódium de la carrera en 2005 (un podio que ya conocía, pues había sido el segundo clasificado en 1995 y 2000 y el tercero en 1994). El balance total es de cinco andaluces ganadores de la Ruta del Sol, entre los cuales hay tres granadinos y dos cordobeses.

6. 2. INNOVACIONES Y PARTICULARIDADES DE LA VUELTA A ANDALUCÍA

Joaquín Cuevas es el director general de la Ruta del Sol desde el año 2004, aunque ya ejercía como tal de forma extraoficial con anterioridad. Hasta entonces permanecía en el cargo Luis Cuevas, su padre, que había contado con la ayuda de Joaquín en las labores organizativas desde hacía muchos años. Ya desde el año 2000 se había ido produciendo el relevo: «Aunque él era el que estaba como director, yo estaba detrás o al lado de él, no sé cómo decirlo».

Cuevas se muestra orgulloso por todo lo conseguido hasta la fecha, si bien no oculta su intención de conseguir el ascenso a la categoría *WorldTour*, lo cual permitiría la asistencia de todos o la gran mayoría de equipos del más alto nivel, una mayor publicidad de la carrera y la posibilidad de ampliar el tamaño de la misma, de los cinco que actualmente tiene, a siete, como otras vueltas por etapas *WorldTour*. Esta ampliación de días ya fue solicitada, algo que la UCI no permite por el momento. El ascenso de categoría, además de un premio al trabajo y al nivel que está alcanzando la carrera, también supondría, no obstante, una mayor responsabilidad, como apunta Jorge Cubero, ciclista profesional del Burgos-BH: «[La Vuelta a Andalucía] Tiene una buena infraestructura y en conjunto está bien preparada para conseguir más cosas y seguir creciendo (...) La cosa es que no sé hasta qué punto le interesa a la Vuelta a Andalucía ser *WorldTour*, porque el coste económico es muchísimo mayor». Un coste económico y de infraestructuras que requiere un mayor respaldo institucional y de patrocinadores, tema que será abordado un poco más adelante.

La organización de la carrera se muestra orgullosa por haber sido pionera en diferentes medidas que buscan la actualización del deporte y que este se adaptase a las particularidades y necesidades de los ciclistas y sus equipos. «Fuimos la primera carrera, creo recordar que, en 2005, que bajamos la nómina de corredores de ocho por equipo a siete. Nos

criticaron por todos lados. Nosotros argumentábamos, y es cierto, primero, que teníamos más capacidad para poder meter más equipos dentro de la carrera y que, en segundo lugar, con siete corredores en vez de ocho, la carrera se quedaba muchísimo más abierta». Un debate, el de la reducción de los corredores, que está muy abierto en la actualidad, especialmente desde que la UCI tomó en la decisión de reducir en todas las pruebas un corredor por equipo (de nueve a ocho en grandes vueltas y de ocho a siete en el resto de carreras, como ya hizo la Vuelta a Andalucía años antes), en aras de una mayor seguridad. Una mayor seguridad en las carreras que muchos creen que no ha llegado y que tampoco se ha aprovechado para dar cabida a un mayor número de equipos, como sí hizo la organización de la Ruta del Sol, un rasgo que ha mantenido desde que se implementó. «A partir de 2005, si te fijas, la carrera ha sido brutal, ha sido superdisputada».

6. 2. 1. Los recorridos de la Ruta del Sol

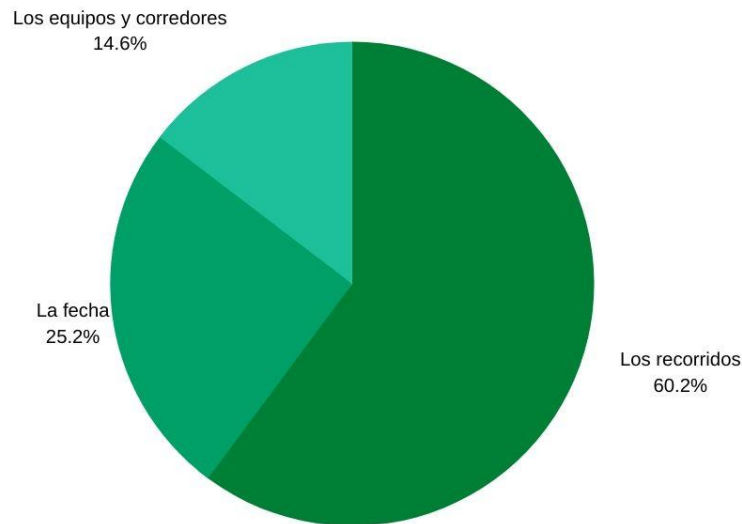
Además, la Vuelta a Andalucía también puede enorgullecerse de hacer una carrera pensando en los equipos que la disputan y en los intereses individuales de los corredores. Así al menos lo cuenta Cuevas, que se reúne frecuentemente con los directores de los equipos, a algunos de los cuales conoce desde hace bastante tiempo, para «intentar hacer unos recorridos que se adaptasen un poco a sus objetivos: meterle, de nuevo, las contrarrelojes, que estas tuviesen un cierto tecnicismo y una cierta longitud de kilómetros para poder probar los materiales, etapas cortas y muy explosivas, etapas largas para poder prepararse y coger kilómetros para las clásicas de primavera... buscar un poco ese compendio y que los recorridos sean equilibrados. Muchos organizadores no digo que no lo hagan, pero lo hacen de forma distinta, incluso los extranjeros, que estoy en contacto con ellos y muchas veces no tienen ni contacto con los equipos. Yo creo que estamos en la línea y lo estamos haciendo bien». De esta forma, hemos tenido batallando por Andalucía tanto a grandes escaladores como a rodadores de la talla de Johan Museeuw o Tom Boonen.

En efecto, todas las carreras tienen aspectos especialmente comentados por aficionados, corredores y periodistas, aspectos tanto positivos como negativos. Y la Vuelta a Andalucía no es una excepción. La cuestión es que los recorridos son lo más celebrado de forma casi unánime por todo aquel que se acerca a la Ruta del Sol, por el equilibrio de los mismos, lejos de la actual tendencia de carreras tan destacadas como la Vuelta a España o incluso el Tour, con etapas cortas, llanas y con un explosivo y mortífero muro al final de las mismas, a la vez que poca contrarreloj y poco encadenamiento montañoso.

Para sondear a la población general y conocer la percepción que tiene acerca de algunos aspectos de la Vuelta a Andalucía y la presencia del ciclismo en los medios, decidimos realizar una encuesta que fue difundida por diferentes ámbitos para que la muestra de público fuera lo más heterogénea posible. El formulario, rellenado por 182 personas, incluía una pregunta acerca del rasgo más destacado de la carrera. Descontando las personas que no conocen en profundidad la prueba como para responder a dicha cuestión, el 60,2% coincide en que el mayor atractivo de la ronda andaluza es el recorrido de las etapas, con bastante diferencia sobre su ubicación en el calendario (25,2%) y los corredores y equipos participantes (14,6%).

Gráfico 1. Resultados de la encuesta acerca del rasgo más destacado de la Ruta del Sol

¿Cuál cree que es el principal atractivo de la Vuelta ciclista a Andalucía?



Fuente: elaboración propia

Lo cierto es que, en la Vuelta a Andalucía, las cinco etapas se aprovechan todo lo posible para que el conjunto sea completo y haya hueco para duras etapas de montaña (mención especial merecen siempre las de Granada), donde los puertos no siempre tienen que estar en la meta; otras de media montaña; alguna contrarreloj individual con una longitud respetable en pleno siglo XXI y alguna etapa llana (las que más escasean). Con la excepción de los velocistas en ediciones como la de 2020, bastante exigente, ciclistas de todos los perfiles posibles son atraídos porque hay alguna oportunidad de disputar la victoria para todos ellos. La intención desde la organización, asimismo, es que la emoción de la clasificación general permanezca hasta el final o, al menos, que el desenlace de la carrera se retrase todo lo posible. No obstante, esto es algo que, por mucho diseño de etapas y recorridos que se realice, al final acaba dependiendo de los propios ciclistas, de su estado de forma, sus ambiciones y sus sensaciones a la hora de atacar e intentar dar un vuelco a la clasificación. El propio Jakob Fuglsang se enfundó el jersey de líder en la primera etapa de la edición de 2020 y ya no hubo quien se lo arrebatara, aunque sí que se lo pelearon en varias ocasiones.

Además de ello, los recorridos de la Vuelta a Andalucía tienen varias particularidades. Una de ellas son la costumbre o rito de ciertas localidades que albergan en muchas ocasiones salidas y llegadas de etapa. De esta forma, municipios como los de la Costa del Sol, Alhaurín de la Torre (también en Málaga), La Guardia de Jaén, la capital jiennense o Granada son clásicos un año tras otro. Se debe al patrocinio de los ayuntamientos y diputaciones, una apuesta por el ciclismo andaluz que no todos están dispuestos a hacer. Esto, que supone un valor seguro para la estabilidad de la carrera en lo económico, también podría conllevar la repetición de los recorridos con muy pocas variaciones en ediciones muy cercanas de la Ruta

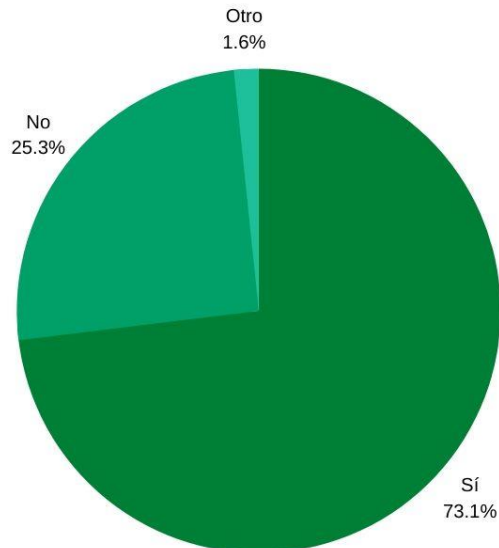
del Sol. Ya se ha comentado la diversidad y dinamismo de estos, debido a la creatividad a la hora de buscar nuevos rincones, carreteras y puertos en zonas por las que ya ha pasado la carrera, sin olvidar en un cajón los que mejores resultados han dado, como la siempre emocionante ascensión al Alto del Purche (1ª categoría) en Monachil (Granada).

Además de eso, es un constante caballo de batalla de la organización la intención de abarcar todo el territorio andaluz y el máximo número de provincias posibles. Es una misión complicada por varios factores: lo mencionado anteriormente acerca de los limitados municipios y diputaciones que se vuelcan con la carrera para acoger las salidas y llegadas de las etapas; la extensión de la Comunidad Autónoma de Andalucía, con una superficie de 87.597 km² y nada menos que 600 km de distancia entre Ayamonte (Huelva) y Pulpí (Almería), y la duración de la ronda andaluza, de tan solo cinco etapas, que no bastan para poder cubrir cada año una extensión de terreno tan vasta. Es por ello, y consciente del protagonismo mucho mayor que provincias como Málaga y Granada tienen sobre las más periféricas (Huelva y Almería), la organización baraja distintas opciones para satisfacer a todos los aficionados, ofrecer etapas por lugares menos transitados por la Ruta del Sol y dar visibilidad y espectáculo deportivo a las ocho provincias que integran la comunidad.

Es un asunto complicado, pero que el público valora como positivo. De hecho, en la encuesta realizada, en la que han participado 182 personas, 133 (el 73,1%) considerarían beneficioso que la Vuelta a Andalucía discurriese por el máximo número de provincias posible para que se hablara más de la misma a nivel autonómico. Uno de estos encuestados apunta también que podría ayudar a incrementar la promoción turística andaluza. Una de las propuestas por parte de la organización, que no ha llegado a verse con buenos ojos desde las instituciones, al menos por el momento, es la de centrar la carrera un año en Andalucía occidental y otro en la parte oriental, para el tercero volver a las provincias del oeste. Esa misma idea de alternar provincias de un año a otro la aporta otro de los participantes en el formulario realizado. Aunque no está establecido en ninguna parte ni lo recogen como norma de ninguna manera, muchas otras vueltas ciclistas por etapas seleccionan parte de su territorio en una edición para volver al que habían ‘abandonado’ el año siguiente, por lo que no es completamente descartable.

Gráfico 2. Resultados de la encuesta sobre el territorio que debería abarcar la carrera

¿Cree que sería beneficioso pasar por el mayor número posible de provincias andaluzas cada año para lograr una mayor visibilidad?



Fuente: elaboración propia

6. 2. 2. La ‘competencia’: la *Volta ao Algarve*

El atractivo y la variedad de las etapas de la Ruta del Sol hacen que muchos equipos y ciclistas se fijen cada año en la carrera y decidan acudir a la misma. Sin embargo, no es la única opción para el pelotón. En efecto, a poca distancia, en el sur de Portugal, se celebra durante las mismas fechas la *Volta ao Algarve*, que cada año recibe una mejor asistencia y que supone la competencia directa a la hora de atraer la atención del mundo del ciclismo en la tercera semana de febrero. Esta carrera, nacida en 1960, tiene el mismo número de etapas que la Vuelta a Andalucía: cinco. Desde 2001 se celebra en el mes de febrero y, desde 2003, en la misma semana que la ronda andaluza, con la que también comparte categoría (2.HC hasta 2019 y UCI ProSeries 2.Pro desde 2020). Aunque sus recorridos no son tan espectaculares y son más suaves (motivo por el cual la escogen algunos ciclistas que buscan ir cogiendo buena forma para la temporada), en los últimos años ha ido aumentando su caché precisamente por la destacada participación que ha conseguido.

Cuevas reconoce abiertamente que, tanto para los equipos y corredores como para la organización de ambas competiciones, resultaría beneficioso que estas se disputasen en semanas sucesivas, fomentando que los conjuntos que participen en ambas repitieran en su mayoría el ‘siete’ de corredores y el *staff*, ahorrándose la duplicación del mismo, con todos los costes que ello acarrea. Todo esto conllevaría un desplazamiento sencillo y nada tedioso para los equipos, dada la cercanía geográfica de las dos pruebas, y fomentaría una participación aún mejor tanto en Algarve como en Andalucía, que podrían convertirse en el encadenado de referencia de los albores de la temporada.

El problema para ello es lo saturado que está el calendario. Andalucía está perfectamente encajada en el calendario nacional, después de la *Volta a la Comunitat Valenciana* y la Vuelta a Murcia, y días después de la Clásica de Almería. Ambas carreras evitan, de igual modo, su solapamiento con las primeras clásicas belgas, que comienzan el fin de semana siguiente al de la celebración de las rondas que nos ocupan. La organización de la Vuelta a Andalucía guarda una fantástica relación con la de estas carreras de un día. La coincidencia temporal con ellas, entre las que se encuentra *Omloop Het Nieuwsblad*, de categoría *WorldTour*, sería conflictiva para ambas vueltas por etapas, ya que desincentivaría la participación de parte de los corredores que acuden —algo que en el caso andaluz es especialmente relevante por todos los equipos y ciclistas belgas que vienen a la Ruta del Sol— y también mermaría, en cierto modo, el impacto mediático, porque muchos ojos están ya por entonces puestos en Flandes. Por todo ello, como hacer hueco en el calendario es hartamente complicado, por el momento ambas carreras van a tener que seguir conviviendo y coincidiendo en fechas. Lo cierto es que, hasta ahora, ninguna de las dos ha supuesto un perjuicio para el desarrollo y el progreso de la otra.

6. 3. EL PROYECTO DE LA VUELTA FEMENINA

Como estamos viendo, la Vuelta a Andalucía no suele descansar a la hora de seguir mejorando la prueba y buscando nuevos horizontes. Prueba de ello es uno de los importantes proyectos que tiene la Vuelta a Andalucía de cara al futuro. Hablamos de la carrera femenina. Cuevas, como muchos otros directores y organizadores de pruebas ciclistas en España y en todo el mundo, es consciente de la relevancia del deporte femenino y de la concienciación creciente que hay acerca del mismo en la sociedad. En los últimos años se están creando —o recuperando— muchas competiciones femeninas y ediciones de féminas de carreras masculinas ya existentes. Entre los casos más recientes y destacados se encuentran el de la Clásica de San Sebastián en 2019 o el de la París-Roubaix para la atípica edición de octubre de 2020. También se le dedica una gran atención al ciclismo femenino en la Comunidad Valenciana.

En este contexto, la organización de la Vuelta a Andalucía lleva un tiempo ideando y trabajando para la futura celebración de su edición femenina, también en forma de carrera por etapas. De hecho, el proyecto está mucho más avanzado de lo que parece —puesto que no es una idea que se haya anunciado en prensa ni de la que se haya hablado a través de los altavoces oficiales de la carrera—. Desde la organización aseguran que dicho proyecto está completo y que falta presentarlo a las autoridades, algo que no han podido hacer por el estallido de la crisis sanitaria global provocada por el coronavirus. El compromiso de DEPORINTER y la dirección de la carrera con este asunto es claro: «La Vuelta a Andalucía femenina es la pata que le falta a la mesa. Nosotros desde siempre hemos hecho campeonatos de España de féminas y creemos que es algo que hay que poner en valor. Hace falta que las autoridades apuesten de una forma fuerte y decidida, no simplemente que se llenen la boca, sino que realmente lo hagan». De esta forma, podríamos ver más pronto que tarde al pelotón femenino rodando por las carreteras de Andalucía: «Nuestra intención era haberla sacado en 2021. Con el parón este [por la crisis sanitaria del coronavirus], todo lo que son los deportes masivos, como puede ser el ciclismo, seremos seguramente los últimos en desconfinar, así que... Pero bueno, si no es en 2021, será en 2022. Yo no quisiera que la demora se alargase

mucho». El ciclismo femenino, paso a paso, va consiguiendo más días de competición del mejor nivel. Sin ir más lejos, la *Challenge* organizada por la Vuelta a España se ha ampliado a tres etapas para la edición de 2020.

6. 4. COLABORADORES, PATROCINADORES Y APOYO INSTITUCIONAL

La Vuelta a Andalucía ha realizado en las últimas dos décadas cambios importantes en materia de difusión de la carrera, comunicación e internacionalización, las cuales se abordarán en el apartado dedicado a la visibilidad de la carrera en los medios de comunicación. Esto, unido al crecimiento en infraestructuras y a la consolidación de la prueba en el comienzo del calendario global en el mes de febrero, atrayendo a numerosos equipos y ciclistas de primer nivel, hace que su director se muestre satisfecho y orgulloso por el trabajo realizado: «Hoy en día es todo mucho más fácil gracias a esa globalización y prestigio que ha cogido la prueba en sí, pero fue una gran estrategia, muy pensada, muy trabajada, con unos medios técnicos muy precarios, pero con mucha voluntad, entusiasmo y con una visión de futuro impresionante».

También hay que destacar el importante papel que juegan los distintos colaboradores y patrocinadores de la carrera, así como el apoyo institucional (o la escasez del mismo). Una apuesta innovadora que hizo la organización de la carrera en su afán por reinventarse y conseguir más fondos, además de acercar la carrera a todo el público haciéndolo partícipe de la misma, es la de los socios protectores. La figura del socio protector no es otra que la de cualquier aficionado o entidad, tanto de forma individual como colectiva o institucional, que puede colaborar con la organización de la Vuelta a Andalucía aportando cierta cantidad de dinero. Las personas o entidades, que se convierten de esa forma en miembros honorarios y partícipes públicamente (si lo desean) de la edición que corresponda de la Ruta del Sol, pueden dar el importe que estimen oportuno. En función de este, entran en una categoría u otra y, según la categoría, el usuario o grupo recibe una serie de beneficios. Desde los socios protectores bronce (con un aporte de 50 euros) hasta los de platino (a partir de 500), pasando por los de plata (100 euros) y oro (150), los regalos incluyen el *maillot* de la regularidad y que el nombre de los socios aparezca en el mismo, o incluso pases VIP para ver salidas y finales de etapa o para vivirlas desde dentro en un coche de carrera. Este tipo de premios son un aliciente para que los seguidores de la carrera y algunas pequeñas y medianas empresas decidan volcarse y participar de la Vuelta a Andalucía, una estrategia que está resultando bastante exitosa.

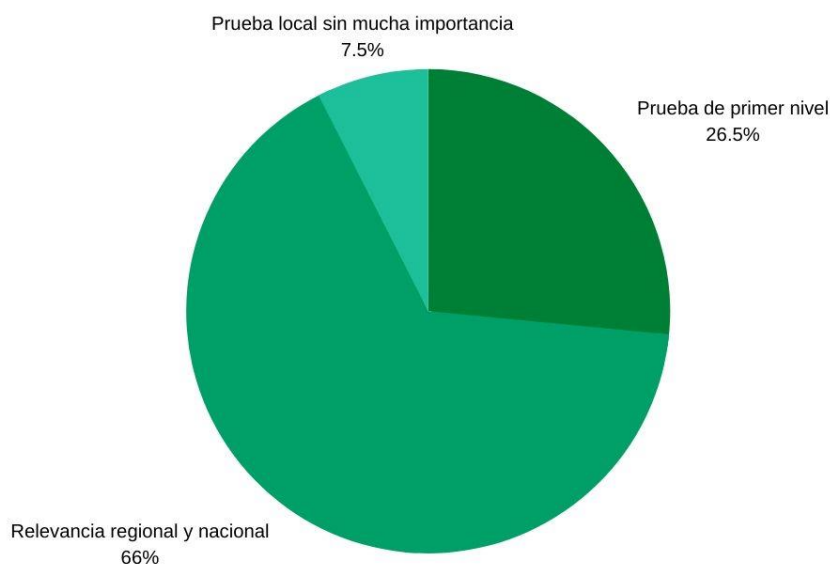
Por otra parte, en los últimos años se está afianzando el patrocinio de entidades públicas e instituciones como la Diputación de Jaén, volcada con el ciclismo, si bien el apoyo desde más arriba ha tenido sus momentos, y actualmente se encuentra en fase de letargo desde la anterior crisis económica. Ya se ha visto cómo, a finales de los años ochenta, el éxito cosechado por la Ruta del Sol animó a la Junta de Andalucía a dar respaldo a la carrera e impulsarla, recuperando su nombre original. El apoyo desde el organismo autonómico fue diluyéndose hasta que cayó en picado por culpa de la crisis económica de 2008. En 2013 la Junta redujo en un 90% la partida destinada a la Vuelta a Andalucía, en principio de forma temporal por la crisis, para ir recuperándola. «Volver a ponerse al día es muy complicado. La lástima es que nuestros gobernantes o los técnicos que estaban no apostasen por nosotros como un gran evento turístico, deportivo, comercial y social, como un motorcillo económico

en una época valle [febrero] que contribuiría a la desestacionalización turística. La Vuelta es, no te quepa la menor duda, el gran evento transversal que tenemos en Andalucía. Si quisieran apostar por él, sería el gran referente a nivel nacional, pero nos falta ese sentimiento de pertenencia y sacarnos el complejo».

Es cierto que ese amor propio y reconocimiento dentro de las fronteras autonómicas y nacionales no termina de llegar. También pasa entre el público general. La mayor parte de nuestros encuestados que admiten conocer la carrera creen que la Vuelta a Andalucía es una prueba que tiene, sobre todo, relevancia regional y nacional (66%). Algo más de una cuarta parte (26,5%) opina que es una prueba de primer nivel y, eso sí, tan solo un 7,5% la considera una prueba meramente local sin mayor importancia.

Gráfico 3. Resultados de la encuesta sobre la percepción de la carrera

¿Cuál es su percepción de la Vuelta a Andalucía?



Fuente: elaboración propia

El sólido apoyo institucional que tienen otras carreras, como la *Volta a Catalunya*, puede ser lo que marque la diferencia, a ojos de Cuevas. A pesar de que hay otras competiciones, como esa, que están mucho más asentadas y en la máxima categoría de la UCI, con esfuerzo organizativo y ese ansiado respaldo del gobierno regional podría alcanzarse un nivel similar. «Ellos creen que todo sale por arte de magia y desconocen realmente lo difícil que es poner en marcha todo este gran engranaje que es el ciclismo. Espero que tras este año 2020 se den cuenta y reaccionen de una vez». También Juan Mari Guajardo, *speaker* oficial de la Vuelta a Andalucía y del resto de pruebas ciclistas españolas, coincide en que, muchas veces, no valoramos lo suficiente nuestros propios productos: «Siempre nos parece que lo que hay fuera es lo mejor, pero nos tenemos que dar cuenta de que tenemos un nivel organizativo excepcional». A fin de cuentas, el potencial es claro, el

interés por parte del mundo del ciclismo, también, y las cifras de difusión internacional de la carrera superan a las del resto de carreras ciclistas españolas, a excepción de la Vuelta a España, claro está. Falta, como se verá a continuación, que la Vuelta a Andalucía sea apreciada localmente con todo su potencial, lo que incluye a los medios de comunicación. Nos quedamos con las palabras de Guajardo: «Al fin y al cabo, la Vuelta a Andalucía es la imagen de Andalucía para todo el mundo». Y también para la propia Andalucía.

7. VISIBILIDAD DE LA RUTA DEL SOL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación, como sugiere la teoría de la *Agenda Setting* (McCombs y Shaw, 1972), establecen cuáles son los acontecimientos noticiables a través de su selección o no de los mismos para darles cabida en sus páginas o programas, y también el grado de importancia de estos a la hora de darles uno u otro emplazamiento y de dedicarles más o menos espacio o minutos. De esta forma, los medios no se encargan de decidir qué tienen que pensar u opinar sus lectores o espectadores, sino cuáles son los temas o noticias sobre los que deben hacerlo: «La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar, pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar» (Cohen, 1963: 13). Por supuesto, son tantos los acontecimientos que ocurren en la sociedad que no caben en el espacio o tiempo de un medio de comunicación. Eso, unido al radio de actuación, la temática en la que se centren y el interés que el tema o suceso pueda causar en la audiencia determina mucho qué se selecciona y qué no. Del mismo modo, el mundo es tan amplio que se presupone que las personas no son capaces de acceder a la información de primera mano, sino que necesita, precisamente, a los medios para que se la acerquen. Esta es la manera según la cual el periodismo crea una determinada imagen del mundo o la realidad en el imaginario de cada persona, otorgando relevancia a ciertos hechos y condenando al olvido a otros tantos. Los ámbitos, temas e informaciones concretas a las que, por ejemplo, un periódico generalista local o un programa televisivo de deportes den más relevancia influyen en los que la opinión pública considerará de mayor importancia.

Por esto, la atención que una parte considerable del público general dedique a deportes como el ciclismo depende en buena medida tanto de la cobertura que se haga del mismo con conexiones en directo de las competiciones, como del hecho de que se hable de las mismas en los informativos o en las páginas de deportes de los diarios. Si dejamos a un lado al aficionado fiel que está pendiente todo el año del calendario ciclista, sabe cuándo son las carreras y busca la forma de mantenerse informado sobre las mismas, hay una gran parte de consumidores de medios que ven lo que les echen y, por muy interesante que haya estado la etapa del Zoncolan del *Giro d'Italia*, si no hablan de la misma en la televisión o el periódico, igual ni se enteran de que haya ocurrido. Y lo mismo es extrapolable, a menor escala, a los periódicos locales andaluces que no cubren las informaciones sobre la Vuelta a Andalucía cuando, obviamente, entra dentro de su campo de acción. No es así con todos los medios, como señalaremos a continuación, formato a formato. De lo que no cabe duda es de la capacidad de la organización de la carrera para abrirse huecos, puertas y ventanas en todos

los lugares posibles para dar mayor difusión a la Ruta del Sol, algo que ha conseguido especialmente en el plano internacional, donde la prueba goza de un mayor reconocimiento que dentro de nuestras propias fronteras.

7. 1. LA VUELTA A ANDALUCÍA EN LA TELEVISIÓN PÚBLICA ANDALUZA (CANAL SUR)

Al analizar la cobertura informativa que recibe la Ruta del Sol, hay que ir por partes. No tiene la misma atención en las diferentes plataformas mediáticas, y tampoco son comparables los distintos medios, sus posibilidades ni su repercusión. Sin embargo, hay que empezar por el principio: la Vuelta a Andalucía está presente en todos los *mass media*: radio, televisión y prensa, tanto en su edición impresa como digital, además de en los nuevos formatos cuya aparición ha hecho posible Internet. En algunos de estos ámbitos, como el de la televisión, fundamental en las retransmisiones en directo de las etapas, son varias las cadenas que la cubren. Y lo mismo ocurre con las grandes emisoras radiofónicas. De este modo, tanto un medio como el otro permiten al aficionado seguir la carrera y el desenlace de cada una de las cinco etapas de las que consta la Vuelta a Andalucía. Comenzando por la radio, tanto SER Andalucía como COPE y Canal Sur conectan con la carrera para narrar el desenlace de las etapas.

Pero particularmente importante y destacado es el caso televisivo. La cobertura de Radio Televisión Andaluza (Canal Sur) muestra actualmente una clara conciencia con la prueba ciclista más importante de la Comunidad Autónoma, con relevancia internacional, por parte de la empresa pública. Aunque, como cuenta Joaquín Cuevas, tardaron en conseguir que la cadena emitiera las etapas en directo. La organización estuvo casi una década ofreciéndole emitir gratuitamente la carrera sin éxito, ya que desde RTVA no encontraban hueco en su parrilla o no estaban convencidos para la emisión. De hecho, las etapas de la Vuelta comenzaron a salir a un horario ciertamente temprano para que el final de etapa coincidiese con los informativos de Canal Sur. Fue en 2017 cuando RTVA se dio cuenta del enorme potencial y relevancia que la Ruta del Sol tenía tanto en Andalucía como internacionalmente, un cambio de parecer que celebra Cuevas: «Ha sido una gran suerte que Canal Sur por fin haya visto que la Vuelta a Andalucía es un buen producto y, quieras o no, entre los informativos y volcándose con la retransmisión en directo por Andalucía TV, no deja de ser otro reclamo, tanto para la gente como para los propios ayuntamientos y los propios sponsors locales, a los que les viene muy bien eso».

Andalucía TV es la segunda cadena de la televisión pública andaluza, y la encargada de llevar etapa a etapa la retransmisión en vivo de la Ruta del Sol a todos los hogares andaluces, con los comentarios de Rafa Vega, presentador de los deportes en Canal Sur, y Manuel ‘Triki’ Beltrán, exciclista profesional jiennense. La carrera también puede seguirse a través de la web de Canal Sur, por lo que su difusión es de especial relevancia. Jorge Cubero, ciclista cordobés del Burgos-BH, reconoce lo beneficioso que resulta todo esto para la visibilidad de la Vuelta a Andalucía: «El papel de Canal Sur es importante, porque pocas comunidades autónomas retransmiten desde sus cadenas públicas carreras ciclistas de la forma en que se vuelca Canal Sur».

La percepción de Cubero debe ser matizada, puesto que, aunque hay muchas regiones en las que el ciclismo es algo completamente minoritario y otras en las que, aun habiendo competiciones, no tienen gran impacto, el caso del País Vasco y Cataluña difiere bastante del andaluz en cuanto a repercusión autonómica y nacional. Aparte del apoyo institucional, que ya ha sido abordado, las radiotelevisiónes públicas vasca y catalana trabajan codo con codo con la organización de sus respectivas carreras (*Itzulia*-Vuelta al País Vasco, Clásica de San Sebastián o Circuito de Getxo, por un lado, y *Volta a Catalunya*, por el otro), de forma que se encargan de producir la retransmisión de las mismas, minimizando los costes y gastos de los organizadores. Cuevas señala las diferencias: «Allí se lo toman como una excelente promoción del territorio hacia el extranjero y poner en alza y valor sus respectivos patrimonios. Nosotros debemos facilitárselo todo a Canal Sur». En todo caso, cabe recordar que, a pesar de la escasa promoción institucional, Canal Sur sí que ha comenzado a ver el potencial de la ronda andaluza, y que la relación entre organización de la carrera y empresa de comunicación es muy reciente. En poco tiempo se ha conseguido, además del seguimiento en directo de la carrera, que las noticias sobre el transcurso de las etapas tengan un hueco destacado dentro de la sección de deportes de los informativos durante la semana de la carrera. El camino para llegar a la situación del ciclismo vasco o catalán es largo, pero ya se han colocado los cimientos.

7. 2. EUROSPORT Y LA VUELTA A ANDALUCÍA MÁS INTERNACIONAL

El hecho más importante de cara a la cobertura de la carrera, sin embargo, se produjo antes de que la televisión andaluza decidiese apostar por la Vuelta ciclista a Andalucía. Prácticamente una década antes. Desde 2008, la prueba se emite en directo en Eurosport, la televisión privada más importante dedicada íntegramente al deporte (y no al fútbol en exclusiva), de la cual uno de sus más fuertes bastiones es el ciclismo. Durante toda la temporada ofrecen imágenes de la gran mayoría de carreras *WorldTour* y las más destacadas del escalafón inferior, como la Ruta del Sol. Esta emisión llega a más de 180 países (incluido España, evidentemente), con lo cual el escaparate que supone para la ronda andaluza, su promoción y su afianzamiento en el calendario UCI es inmejorable. El director de la carrera es consciente de las puertas que se abrieron para la carrera gracias a la emisión en Eurosport: «A través de Eurosport abrimos un camino hacia la internacionalización, que era un poco lo que pretendíamos. Ya que no nos lo dan aquí, pues nos vamos fuera».

A juicio de Juan Mari Guajardo, el *speaker* oficial de la Ruta del Sol, este ha sido el acontecimiento clave a nivel mediático de la Vuelta a Andalucía en los últimos tiempos: «Lo más importante que ha conseguido Joaquín Cuevas en los últimos años es tener a Eurosport en directo. Eso, para mí, es algo imprescindible, porque le da la cobertura internacional. Antes era más local, la información llegaba a través de TVE, de Teledeporte, pero no existían esas cadenas a nivel internacional. Gracias a Eurosport, que es algo que tenemos que valorar de verdad lo que supone, se proyecta la imagen de Andalucía para todo el mundo. ¡Y en el mes de febrero! Hablas con ciclistas rusos, con ciclistas belgas, holandeses, y te dicen que para ellos es un privilegio poder dar las primeras pedaladas de la temporada en la Vuelta a Andalucía. Independientemente de que en la Vuelta a Andalucía hemos pasado a veces mucho frío, es verdad, pero nunca lo podremos comparar con el frío que hará en Rusia, Bélgica u Holanda. Para ellos, ir acumulando kilómetros y calidad de competición es algo

primordial, y ese es uno de los factores que hacen idónea la Vuelta a Andalucía, a principios de temporada, con esa buena organización y esa buena competición». Es todo esto, por poner el foco en Andalucía y todo lo que la hace atractiva para el ciclismo a nivel global, tanto para el público como para los ciclistas, lo que hace que tener a Eurosport en directo estos últimos años sea, en palabras de Guajardo, «un puntazo». Un puntazo que ha colocado la Vuelta a Andalucía en clave mundial, tratándose de tú a tú con el resto de competiciones del más alto nivel y que la ayuda a la hora de conseguir prestigio, posibles patrocinadores y, en definitiva, dar un paso más para alcanzar la categoría máxima que desde la organización de la carrera se desea.

El proceso que siguió la organización de la Vuelta a Andalucía para conseguir una mayor y mejor promoción de la carrera hasta que llegó al acuerdo con Eurosport para la emisión de la misma comenzó en 2004. Desde 1994 hasta 2003, los finales de etapa de la Ruta del Sol se habían retransmitido en TVE, a través de La 2 y Teledeporte. Sin embargo, tras aquella 49ª edición, siendo María del Carmen Izquierdo la jefa de Deportes, el acuerdo con RTVE se rompió. La Ruta del Sol fue la primera prueba ciclista española en marcharse de la televisión pública nacional debido, entre otros factores, a los 300.000 euros más gastos de alojamiento que la organización pagaba cada año para la retransmisión.

Después de eso, el camino no fue fácil. «Los periodistas y los entendidos del ciclismo dijeron que la Vuelta a Andalucía se moría», recuerda el director general de la Ruta del Sol. Fue entonces cuando creó una productora para, entre 2004 y 2006, realizar resúmenes de la carrera: «Producíamos un resumen de quince o veinte minutos, lo metíamos en Teledeporte, en Canal Sur y en Localia, que estaba también por aquel entonces. Lo emitíamos también en la televisión belga y empezamos en ese momento también a darle los resúmenes a Eurosport». Estos resúmenes, como ha comentado, llegaron a multitud de emisoras de todo el globo para tratar de suplir el drama que podría suponer la no emisión en directo de la carrera por ninguna vía, algo que a día de hoy sería impensable para una prueba ciclista de cierto estatus que quiera visibilidad y reconocimiento. La organización realizó unos panfletos publicitarios —como el que se muestra a continuación, realizado para la edición de 2004— en los que se indicaba cuáles eran todas las vías por las que el espectador podría informarse del desarrollo de la Vuelta a Andalucía. Como puede leerse, las imágenes se emitían tanto en Canal Sur como en otras televisiones autonómicas españolas (TV3 catalana, TV Galicia, ETB vasca, Canal 9 valenciano y Telemadrid), las emisoras generalistas más importantes de España, la emisión vía satélite de Andalucía TV y Eurosport. Ya en 2007 comenzaron a emitir los últimos tres kilómetros en directo, precedidos por una pieza montada con el control de firmas y algunos momentos clave de lo sucedido durante la etapa. Fue entonces cuando ajustaron el horario de la carrera al de las televisiones para poder insertar el final de las etapas en los informativos: «La Vuelta salía muy temprano: a las diez o a las once de la mañana para poder llegar a mediodía, en la hora de los informativos, tanto de Canal Sur como de Localia».

Imagen 6. Nota de prensa para que los aficionados siguieran la Vuelta a Andalucía en 2004

50 Vuelta a Andalucía
Ruta Ciclista del Sol
15 al 19 FEBRERO de 2.004




Véala por TELEVISIÓN

Los aficionados pueden ver las imágenes de la Vuelta a Andalucía "Ruta Ciclista del Sol" por TELEVISIÓN a través de los siguientes canales y emisoras:

A NIVEL DE ANDALUCIA
GRAN RESUMEN DIARIO de 15 minutos a partir de las 21.45 horas por
CANAL 2 ANDALUCIA y CANAL SUR TELEVISIÓN
Amplia información a través de las 110 emisoras de la
Asociación de Televisiones Locales de Andalucía ACUTEL

A NIVEL AUTONÓMICO
Información diaria por la Cadena de Autonomías FORTA :
CATALUÑA (TV 3) – TV GALICIA – PAIS VASCO (ETB) –
VALENCIA (CANAL 9) – TELEMADRID

A NIVEL NACIONAL
Difusión por las 75 emisoras de la Red LOCALIA TELEVISION
También por ANTENA 3 TV, TELE 5, TELEVISIÓN ESPAÑOLA
y en las 70 emisoras por cable de la red nacional
Sábado 21 – Domingo 22 por LA 2 de TELEVISIÓN ESPAÑOLA
amplio resumen de las 5 etapas

A NIVEL INTERNACIONAL
Gran información diaria vía satélite por ANDALUCIA TV
EUROSPORT NEWS : Boletines de información deportiva 24 horas de
emisión a 70 Países en 6 idiomas: Asia, América Latina,
Oriente Medio, Europa y España

Fuente: Joaquín Cuevas

Después de esta primera toma de contacto, Eurosport se fijó en la carrera: «Cuando en Eurosport vieron todo esto, nos dijeron que nos echaban una manilla para poder hacer el directo si nos atrevíamos». Y, en efecto, a partir de 2008, la Vuelta a Andalucía comenzó a emitirse en Eurosport. TVE siguió interesándose por la carrera en aquel momento, pidiendo que volviera la retransmisión. Sin embargo, aunque la organización de la carrera se encargaba de la gestión y la producción, los derechos de imagen se habían cedido a Eurosport: «Firmé con ellos un convenio por cinco años. Era una tranquilidad enorme y me quitaba el problema de en medio». Cuevas está satisfecho con el resultado del convenio y se muestra convencido de que Andalucía y la Ruta del Sol han ganado muchísimo desde entonces. Cuando comenzaron, Eurosport estaba presente en 34 países. Hoy la emisión de la carrera llega a más de 180, sumando nuevo público año tras año.

Otro elemento importante para internacionalizar la carrera y que fuera conocida en cada rincón del planeta fue la labor de gestión con los equipos a la que se ha dedicado Joaquín Cuevas para abrir ventanas a la Vuelta a Andalucía en nuevos países o para buscar patrocinadores potenciales entre marcas que apuestan por el ciclismo: «Orica, por ejemplo, venía de Australia. Así que fuimos a buscar las televisiones de allí. Cuando Nairo Quintana fichó por Movistar buscamos la televisión colombiana (...) Hace tres o cuatro años nos

trajimos al equipo Matrix, japonés, para poder entrar en la televisión japonesa». La organización, que es la que hace los contactos, se encargó de llevar la señal a todos esos países el primer año, pero a partir del siguiente se le dejó a Eurosport dicha tarea mientras la Vuelta seguía haciendo la gestión directa con las televisiones que iban a recibir las imágenes de la carrera. «Cuando ya lo tenemos todo cerrado, se lo pasamos a Eurosport, para que ellos hagan toda la parte tecnológica. No veas la de satélites y rebotes que hacen falta para que la Vuelta a Andalucía llegue a Japón o Colombia. Es una auténtica locura».

Recuperamos en este punto una declaración del director general de la Vuelta ciclista a Andalucía que ya se ha citado y que define muy bien la situación y el prestigio de la ronda andaluza —y de muchas otras competiciones deportivas españolas— tanto en los últimos años como aún en la actualidad: «Ya que no nos lo dan aquí, pues nos vamos fuera». Más allá de la mayor disposición e interés de los medios extranjeros por la carrera —Cuevas sigue recordando cómo hasta hace muy poco Canal Sur no tenía intención de emitir los finales de etapa—, el reconocimiento del buen hacer de la organización de la Vuelta a Andalucía, su importancia como preparación o como primer objetivo para ciclistas de cualquier perfil en los albores de la temporada y el potencial turístico de la Comunidad Autónoma andaluza llega muy a menudo desde fuera. «En el extranjero somos más conocidos que dentro de España, y más valorados. Es curioso, ¿eh?». La dirección está segura de que hay que aprovechar el escaparate que supone la Ruta del Sol para el turismo en Andalucía y todo lo que ofrece en pleno mes de febrero, ya que el ciclismo «es el único deporte que vende turismo». El factor turístico y de atractivo para el extranjero, tanto a nivel deportivo como paisajístico y cultural, siempre ha estado muy presente para la organización de la Vuelta.

Del mismo modo, se trata de integrar lo mejor posible o dar alicientes a los foráneos para que sigan la carrera. Por ejemplo, los reportajes realizados por su propia productora desde la ruptura del acuerdo con RTVE «se tuneaban», es decir, se editaban y adaptaban en función del país a cuya televisión fuera a enviarse. Si en la pieza para los medios españoles se incluían entrevistas a corredores, directores o personalidades de importancia nacionales, en las que iban destinadas al exterior, dichas piezas, de la misma duración, tenían a los protagonistas belgas, franceses o italianos, según correspondiese. «De esta forma, conseguíamos que el reportaje adquiriera valor en esos países de origen ya que, si enviábamos lo nacional, salvo excepciones, no conseguíamos tanta atención de la audiencia». Este mismo que la organización de la Ruta del Sol pone en la promoción de la carrera y la atracción de medios de comunicación hacia la misma es reconocido dentro del pelotón, o así al menos lo nota Jorge Cubero: «DEPORINTER se suele currar muchísimo lo que es la publicidad y el marketing. Lo tienen muy bien hecho. Siempre hacen vídeos promocionales bastante chulos... y creo que es algo que están cumpliendo y consiguiendo para que los medios se fijen en la carrera».

Lo cierto es que la cobertura televisiva actual de la Vuelta ciclista a Andalucía ha variado mucho de la de hace apenas quince años. Hoy, la Ruta del Sol da la vuelta al globo terrestre. La emisión en directo de las etapas puede seguirse en 180 países repartidos por los cinco continentes. Los datos de 2020 incluyen los 80 países de Eurosport en Europa y países mediterráneos, 16 de Eurosport Asia, 55 de Fox Sports en África, 17 de Claro Sport en Sudamérica, JsSports en Japón, SKY en Nueva Zelanda, América DAZN en Canadá, RTVC en Colombia y, dentro de España, en Andalucía TV (Canal Sur), TV3 de Cataluña y EITB en el País Vasco, a las que la organización cede gratuitamente los derechos de la carrera (desde

la organización afirman ser conscientes de la cantidad de andaluces que hay fuera, especialmente en esas comunidades autónomas, además de la pasión por el ciclismo de estos territorios y el reclamo que la carrera supone para captar turismo nacional) y las narran en catalán y euskera, respectivamente.

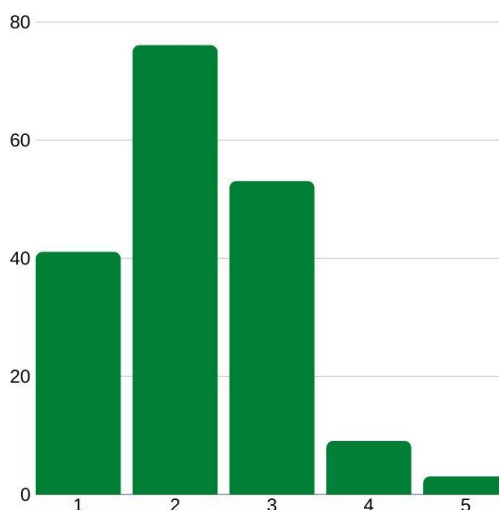
7. 3. ANÁLISIS DE LA COBERTURA INFORMATIVA DE LA RUTA DEL SOL 2020 EN LA PRENSA ESCRITA ANDALUZA

La prensa escrita, tanto en papel como digital, es otro mundo. Su repercusión es bien diferente, así como sus medios y formatos. También está mucho más diversificada. No hay ningún periódico a nivel autonómico, ni tampoco ninguno que sea igualmente consumido en las ocho provincias andaluzas. Esto es algo que ha sucedido siempre en Andalucía, también en la época en que Miguel Arteman fundó la carrera, motivo por el cual la misma no tuvo una financiación fuerte ni continuidad tras su primera edición. Es algo a tener en cuenta a la hora de valorar el seguimiento de la Vuelta a Andalucía en la prensa, como apunta Joaquín Cuevas: «[La carrera] Se sacó en 1925 y hasta 1955 no hubo de nuevo porque no había ningún periódico que dominase en toda Andalucía. Y continúa, a día de hoy, sin haber un periódico que domine en toda Andalucía. Hay periódicos que lo viven de forma muy intensa, por ejemplo, el *DIARIO JAÉN*». No son pocos los diarios locales que hay repartidos por los diferentes territorios. Algunos del mismo grupo, otros de empresas diferentes, conforman un entramado informativo del que cabría esperar que quedara cubierta la Vuelta ciclista a Andalucía al completo, con especial atención, evidentemente, a las etapas que se desarrollan en la provincia que abarca cada periódico. Efectivamente, esa es la situación de la prensa andaluza respecto a la carrera.

En la encuesta que realizamos para conocer la percepción de la gente acerca de ciertos aspectos de la Vuelta a Andalucía y el ciclismo en España, una de las afirmaciones que hicimos y que el público debía valorar del 1 al 5 (donde 1 significa «completamente en desacuerdo» y 5 «completamente de acuerdo») es la de que la prensa andaluza informa de manera abundante sobre la Ruta del Sol. La impresión de los encuestados es clara: solo 12 (6,6%) están de acuerdo o completamente de acuerdo con que es así. El gráfico habla por sí solo.

Gráfico 4. Resultados de la encuesta acerca de la cobertura de la Vuelta a Andalucía por parte de la prensa local

La prensa andaluza ofrece mucha información sobre la Vuelta a Andalucía



Fuente: elaboración propia

En la actualidad hay un poco de todo: algunos diarios dedican espacio (mayor o menor según el día) a todas las etapas de la Vuelta, mientras otros recogen en sus páginas la crónica de aquella que recorre su provincia y poco más. Hay algunos que mantienen una estrecha relación con la organización de la carrera, como el diario *CÓRDOBA*, colaborador de la Vuelta a Andalucía desde los años noventa hasta hoy, con gran presencia en la carrera en muchas ediciones en las que han podido verse pancartas del periódico o incluso el patrocinio del trofeo al mejor andaluz: «Siempre ha habido muy buena relación. Además, localidades como Cabra [municipio del que procedían los dos primeros vencedores andaluces de la Ruta del Sol], Montilla y Córdoba han sido localidades muy allegadas a la Vuelta a Andalucía durante muchos años». De igual manera, no todas las provincias y comarcas tienen el mismo interés o afición por la carrera, lo que se traduce también a sus medios de referencia (aunque se trata la pescadilla que se muerde la cola, puesto que, si la prensa recoge información sobre el evento, el interés de la población no se incrementará, volviendo a la teoría de la *Agenda Setting*). La tradición de Córdoba, Málaga o Jaén no es la misma que la de Huelva o Sevilla. En esta última, a pesar de encontrarse la capital andaluza, el único diario que se ha volcado desde sus inicios hasta la actualidad es el deportivo hispalense *ESTADIO DEPORTIVO*, mientras la relación con las otras cabeceras ha sido más esporádica.

El director de la Ruta del Sol señala, además, que cada cabecera tiene unas circunstancias particulares, las cuales influyen en el mayor, menor o nulo hueco que estas dedican al ciclismo y, más concretamente, a la Vuelta a Andalucía: «Las coberturas también vienen un poco dadas por los propios medios, los espacios que tienen, la existencia de equipos de fútbol o baloncesto que sean noticiables (lo serán para cada periódico)... Lo que sí es cierto es que, la Vuelta a Andalucía, en el momento de la carrera, es un evento bastante más noticiable». Y como tal evento realmente noticiable, al menos durante la semana de la

carrera, lo recogen diferentes medios escritos oriundos de la comunidad autónoma. Guajardo, que viaja por Andalucía junto al pelotón de la carrera etapa a etapa, tiene una percepción positiva de la cobertura de la prensa, dadas las circunstancias concretas de la misma: «Yo creo que la información se sigue manteniendo. Ha evolucionado. Andalucía es muy grande, y acaparar con un medio de comunicación o incluso con diferentes cabeceras la Vuelta a Andalucía es complicado. A mí me suele gustar echar un vistazo a la prensa local allá donde voy, cuando pasamos por Sevilla, por Granada, y su página suele tener la carrera». En efecto, si echamos un vistazo a las informaciones relativas a la pasada edición nº 66 de la Ruta del Sol, celebrada entre el 19 y el 23 de febrero de 2020, encontramos informaciones sobre la carrera en periódicos de distintos grupos empresariales y repartidos por las diferentes provincias y territorios desde el primer día, aunque en algunos casos estas noticias, previas y crónicas están más vinculadas al ámbito estrictamente provincial o local que al deportivo.

La Ruta del Sol 2020 siguió la senda marcada especialmente en la última década, en plena internacionalización de la carrera. El máximo favorito era el ganador del año anterior, Jakob Fuglsang, y entre el abanico de grandes nombres los había de todo el globo. La presencia nacional más importante era la del alavés Mikel Landa, al que los medios situaron como el gran rival del danés. Si comenzamos a desgranar las informaciones de estas cabeceras andaluzas día a día, hay una gran respuesta por parte de estas en torno al comienzo de la vuelta: el diario malagueño *SUR* (página completa), *CÓRDOBA* (dos tercios de página), el deportivo hispalense *ESTADIO DEPORTIVO* (página completa) y la mayoría de las cabeceras del grupo Joly (*MÁLAGA HOY*, *DIARIO DE SEVILLA*, *DIARIO DE CÁDIZ*, *DIARIO DE JEREZ*, *EUROPA SUR*, *HUELVA INFORMACIÓN*, *EL DÍA DE CÓRDOBA* y *GRANADA HOY*, con la misma pieza informativa de dos tercios de página todos ellos) sacaron una previa de la carrera, su recorrido y los participantes más destacados el día 19, cuando la primera etapa salía de Alhaurín de la Torre, provincia de Málaga, para llegar a Grazalema (Cádiz). Además, *MÁLAGA HOY* publicaba también una noticia sobre los dos ciclistas de Coín que debutaban en la Ruta del Sol. Por último, *DIARIO DE CÁDIZ* y *DIARIO DE JEREZ* también recogieron una entrevista a Juanjo Lobato, ciclista trebujenero de la Fundación Euskadi (ya Euskaltel-Euskadi) presente en la Vuelta a Andalucía, si bien no se hablaba de la misma, sino de sus objetivos para la temporada.

El día 20 de febrero encontramos en numerosos diarios y sus respectivas ediciones digitales crónicas de la primera etapa, disputada el día anterior con la primer victoria del vigente campeón, Jakob Fuglsang: *ESTADIO DEPORTIVO* (página completa salvo una columna), *SUR* (página completa salvo una columna), *CÓRDOBA* (una columna), *LA VOZ DE CÁDIZ* (un tercio de página), *LA OPINIÓN DE MÁLAGA* (media página), *DIARIO JAÉN* (página salvo columna y faldón), el periódico granadino *IDEAL* (dos tercios de página) y todas las cabeceras del grupo Joly (*EUROPA SUR*, *GRANADA HOY*, *HUELVA INFORMACIÓN*, *MÁLAGA HOY*, *DIARIO DE JEREZ*, *DIARIO DE SEVILLA*, *EL DÍA DE CÓRDOBA*, *DIARIO DE CÁDIZ* y *DIARIO DE ALMERÍA*, página completa salvo faldón). Además de eso, *MÁLAGA HOY* recogía un breve de opinión. También se dieron informaciones que se salen del ámbito deportivo, como una noticia institucional del *DIARIOJAÉN* con el edil de Deportes de Úbeda sobre la meta de la tercera etapa y diversas piezas de servicio público sobre los cortes de tráfico provocados por la carrera en *ABC DE SEVILLA*, *DIARIO DE SEVILLA*, *GRANADA HOY*, *IDEAL* y *AHORA GRANADA*, todas ellas, excepto la primera, exclusivamente para Internet.

Ya el viernes 21 de febrero, después de la larga etapa Sevilla-Iznájar (Córdoba), se publicaron crónicas de la segunda jornada de la Vuelta a Andalucía en *ESTADIO DEPORTIVO* (página completa salvo una columna), *SUR* (página completa salvo faldón), *CÓRDOBA* (media página), *DIARIO JAÉN* (media página), *IDEAL* (una columna), *ABC* y *ABC DE SEVILLA* (una crónica diferente para Sevilla y otra para la edición de Córdoba, las provincias en las que se desarrollaba la etapa, a media página cada una, enfocadas en la salida o meta de la etapa respectivamente) y, de nuevo, las nueve cabeceras al unísono del grupo Joly (dos tercios de página).

La tercera etapa se disputó entre Jaén y Úbeda y fue catalogada por la organización como la etapa reina (con un nuevo triunfo de Fuglsang, que consolidaba su liderato). No faltaron a su cita con las crónicas al respecto, ya el sábado 22, los diarios *ESTADIO DEPORTIVO* (página completa salvo una columna), *SUR* (dos tercios de página), *CÓRDOBA* (media página), *DIARIO JAÉN* (página y media), *IDEAL* (a doble página en la edición de Jaén, en la que se había desarrollado íntegramente la etapa, y a media página en Granada y Almería), *LA OPINIÓN DE MÁLAGA* (media página), *ABC DE SEVILLA* (faldón) ni los del grupo Joly (de nuevo sus nueve cabeceras con dos tercios de página). Además de ello, ese día hubo informaciones al respecto a los horarios y localidades por las que pasaba la etapa del sábado en *AHORA GRANADA*, diario digital en el que ese mismo día se publicó la crónica de la cuarta etapa, celebrada en la provincia de Granada, así como una galería fotográfica de esa misma etapa en la web de *GRANADA HOY*.

La jornada dominical del 23 de febrero, en la que tenía lugar la contrarreloj individual final en Mijas, estos fueron los medios de prensa que publicaron sendas crónicas sobre la etapa montañosa disputada el día anterior entre Villanueva Mesía y Granada, al término de la cual Jack Haig levantó los brazos: *ESTADIO DEPORTIVO* (página completa salvo una columna dedicada a otras noticias del mundo del ciclismo), *SUR* (media página), *CÓRDOBA* (a tres columnas de cinco), *DIARIO JAÉN* (media página), *IDEAL* (a doble página, dedicada con todo lujo de detalles y grandes fotos al tratarse de la etapa por carreteras granadinas, como la jornada anterior con Jaén), *LA OPINIÓN DE MÁLAGA* (media página) y las cabeceras del grupo Joly (dos tercios de página). Además, una de estas cabeceras, *GRANADA HOY*, también ilustró sus páginas con otra crónica más abierta y una galería de la llegada a la capital nazarí del pelotón de la Vuelta a Andalucía y el pódium de la etapa (página y media).

El lunes 24 ya había terminado la 66ª edición de la Vuelta ciclista a Andalucía, pero al ser el día siguiente al desenlace de la carrera, los diarios andaluces recogían en sus páginas las crónicas de la última etapa contrarreloj y el ganador final, Jakob Fuglsang. De esta manera, hubo información sobre la Ruta del Sol en *ESTADIO DEPORTIVO* (página completa salvo una columna dedicada a otras noticias de ciclismo), *SUR* (página completa), *CÓRDOBA* (página salvo dos columnas), *DIARIO JAÉN* (dos tercios de página), *IDEAL* (página salvo una columna y el faldón), *LA OPINIÓN DE MÁLAGA* (media página), *ABC DE SEVILLA* (un tercio de página en el faldón), *LA VOZ DE CÁDIZ* (una columna) y las nueve cabeceras del grupo Joly (dos tercios de página) excepto *DIARIO DE ALMERÍA*, donde ocupó un breve solamente.

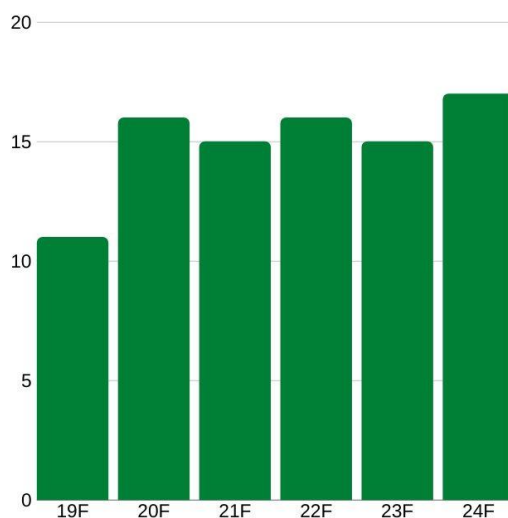
La mayoría de los periódicos y cabeceras que se hicieron eco de la última etapa y la clasificación final de la Vuelta a Andalucía son las que habían seguido, jornada a jornada, el desarrollo de la carrera. Si hacemos balance de cuáles son estos diarios en los que pudo leerse

tanto la previa de la carrera como la crónica de cada una de las cinco etapas, la lista la constituyen los diarios del grupo Joly (con especial acento en *GRANADA HOY* y *MÁLAGA HOY* y la excepción de *DIARIO DE ALMERÍA* para la previa y la crónica final), *SUR* de Málaga, *ESTADIO DEPORTIVO* (que, aun siendo un periódico especializado, lo hemos contabilizado por su ámbito regional y por estar especialmente dedicado al fútbol hispalense), y el diario *CÓRDOBA*. Además, desde el jueves 20 de febrero, *IDEAL* y *DIARIO JAÉN* también estuvieron presentes con mayor o menor espacio para la crónica de cada etapa.

El número de diarios que escribieron cada jornada sobre la carrera no varió apenas desde el 20 de febrero, con las crónicas de la primera etapa. El día que más medios de prensa escrita dedicaron espacio en mayor o menor medida a la Vuelta ciclista a Andalucía fue el lunes 24 de febrero, una vez finalizada la carrera. Fueron 17 los diarios que recogieron la segunda victoria consecutiva en la clasificación general de Fuglsang tras la contrarreloj en Mijas el día anterior. El jueves 20 y el sábado 22, con informaciones referidas a la primera y tercera etapa, hubo 16 medios andaluces de prensa escrita diferentes; el jueves 21 y el domingo 23 (sobre la segunda y la cuarta etapa), 15. Por último, el día que daba comienzo la carrera, el miércoles 19 de febrero, 11 cabeceras se hacían eco del inicio de la misma con sus respectivas previas. La tendencia se mantuvo, por tanto, durante toda la semana de la carrera, alcanzando el pico cuando esta hubo acabado.

Gráfico 5. Variedad de cabeceras presentes cada día de la 66ª Ruta del Sol

Nº de diarios diferentes que publicaron informaciones sobre la Vuelta a Andalucía 2020 durante la semana de la carrera



Fuente: elaboración propia

En cuanto al peso de las informaciones, *ESTADIO DEPORTIVO*, *SUR* y los periódicos del Grupo Joly dedicaron cada uno de los seis días casi una página completa a la Ruta del Sol. El tamaño de las crónicas o noticias variaba en otras cabeceras en función del territorio por el que discurriera la ronda andaluza ese día y la provincia a la que se circunscribiese el periódico. De esta forma, en *DIARIO JAÉN* se dedicó una página y media a

la etapa que discurría íntegramente por la provincia jienense, un espacio mucho mayor que el que tuvieron otras etapas. En *IDEAL* la crónica de la etapa de Jaén iba a doble página para su edición de esta provincia, igual que lo fue el día siguiente la de la etapa de Granada para la edición principal. *MÁLAGA HOY* y *GRANADA HOY* añadieron otras piezas informativas a sus crónicas en aquellas jornadas en que la Vuelta a Andalucía pasó por sus respectivas provincias. Y *ABC DE SEVILLA*, que no cubrió la ronda andaluza al completo, sino informaciones puntuales, dedicó una crónica más extensa a la etapa que partió de la Plaza de España en la capital hispalense.

La mayor parte de estas crónicas estuvieron encabezadas por una fotografía (excepto las más pequeñas), normalmente de la llegada a meta del ganador de la etapa, e incluso contenían alguna más, como fotos del público y el ambiente de la etapa o de Fuglsang o algún otro protagonista en el podio de la jornada. Aunque muchas no profundizaban en el desarrollo de las etapas o los detalles sobre los diferentes corredores y su contexto, pueden considerarse informaciones completas para aparecer en un periódico local generalista.

7. 4. COBERTURA INFORMATIVA DE LA RUTA DEL SOL EN EL SIGLO XXI POR PARTE DE *SUR*, *IDEAL*, *CÓRDOBA* y *DIARIO DE SEVILLA*

SUR, *IDEAL*, *CÓRDOBA* y *DIARIO DE SEVILLA* (una de las cabeceras más destacadas del grupo Joly), varios de los periódicos más importantes de Andalucía, han estado presentes en el seguimiento de la Vuelta ciclista a Andalucía 2020 durante sus diferentes etapas. Para ver si ha variado mucho la cobertura informativa de la carrera en los últimos quince años (desde la época que hoy es reconocida como la más oscura del deporte de la bicicleta) hasta la actualidad, hemos querido analizar la cantidad y tamaño de las noticias o crónicas publicadas en estos cuatro diarios en 2005, 2010 y 2015, tal y como se ha hecho con el año 2020. El mundo del periodismo ha cambiado muchísimo en estos años en pos de la digitalización, pero la cobertura de eventos deportivos como la Ruta del Sol es comparable a lo largo de este período. Aunque el registro de las informaciones es más difuso e incompleto cuanto más retrocedemos en el tiempo, todo parece indicar que, aunque la situación actual sea mejorable en ciertos aspectos, la presencia y, sobre todo, la variedad mediática de la Vuelta a Andalucía ha evolucionado positivamente a lo largo de los años. Sin más, pasamos al análisis de los mencionados medios.

7. 4. 1. Vuelta a Andalucía 2005 (13-17 de febrero)

La edición nº 51 de la Ruta del Sol fue la primera desde la creación por parte de la UCI de los Circuitos Continentales. Dio comienzo en Benalmádena (Málaga) y concluyó en Chiclana de la Frontera (Cádiz) después de 803,8 km repartidos entre sus cinco etapas, y llevó al ciclismo andaluz a lo más alto de la prueba, puesto que la victoria recayó en el granadino Francisco Cabello, corredor del Comunidad Valenciana, acompañado en el podio por Dani Moreno y José Luis Martínez. Algunos de los municipios suenan por la relación que han tenido durante años con la Vuelta a Andalucía, y que conservan aún hoy: Antequera, Jaén, La Guardia de Jaén, Córdoba, Sevilla o la propia Benalmádena. Pasamos a desglosar las informaciones sobre el evento publicadas por los periódicos escogidos:

La ronda andaluza, que por entonces comenzaba en domingo, disputó su primera etapa el 13 de febrero, con un recorrido íntegro por la provincia de Málaga. Ese mismo día, el diario *CÓRDOBA* publicó una previa de la carrera a página completa, con fotografía y un despiece dedicado al equipo de casa, el Andalucía, fundado ese mismo año y debutante en la competición.

El día siguiente, tanto *CÓRDOBA* como *IDEAL* publicaban sendas crónicas de la primera etapa de la Ruta del Sol, en la que se había impuesto Carlos García Quesada y, tras él, su paisano y compañero Cabello, ambos procedentes de la fuga del día. El primero volvía a dedicar a la carrera una página completa, con fotografía y un nuevo despiece sobre el equipo Andalucía. *IDEAL*, por su parte, recogió en una página su respectiva crónica, además de una columna de opinión precisamente sobre Francisco Cabello y todas las veces que había estado cerca de ganar la Vuelta a Andalucía.

La segunda etapa, montañosa, discurrió entre Antequera y La Zubia (Granada), localidad de origen de Cabello y García Quesada. El martes 15 de febrero, los diarios *CÓRDOBA* e *IDEAL* recogían el transcurso de aquella jornada. En el caso de Córdoba, diario colaborador de la Vuelta, nada menos que dos páginas se dedicaban a la carrera. La primera era para la crónica de la segunda etapa, con fotografía de la victoria al esprint para Serge Baguet, clasificaciones y una tabla con el kilómetro a kilómetro con los momentos más importantes. En la segunda, una noticia ilustrada sobre el desempeño de los corredores del equipo Andalucía y dos breves, uno con las declaraciones del líder, García Quesada, con una imagen del mismo, y otro sobre la posibilidad de que El Torcal de Antequera fuera final de etapa en 2006. Por último, la publicidad con los patrocinadores de la carrera a dos columnas. Por otro lado, el diario granadino *IDEAL* se saltaba la segunda etapa y compartía la previa de la etapa de aquel martes con final en Jaén, además de la información de servicio al respecto, todo ello ilustrado con una fotografía del local Manuel ‘Triki’ Beltrán. La hemeroteca de *SUR* únicamente recoge una información el 15 de febrero en la que se haga alusión a la Ruta del Sol, y se trata de un mero apunte sobre unas protestas en la salida de la etapa de Benalmádena contra un convenio del Ayuntamiento de la localidad.

La tercera etapa tuvo lugar ese martes entre Vegas del Genil (Granada) y Jaén, con otra victoria para el belga Serge Baguet. Ya el miércoles 16 de febrero llegaron a la prensa andaluza las informaciones al respecto. En *CÓRDOBA*, de nuevo dos páginas completas dedicadas a la Vuelta a Andalucía: la crónica de la etapa, con una gran fotografía de Cabello en el podio, las clasificaciones y la tabla del kilómetro a kilómetro, por un lado; y el seguimiento del equipo Andalucía, con su respectiva foto, los dos breves (en esta ocasión, centrados en Baguet y Cabello) y las dos columnas de publicidad de la Ruta del Sol, por el otro. Además, en la sección local se incluyó una noticia de servicio público sobre la llegada a la capital cordobesa de la cuarta etapa de la ronda andaluza ese mismo día, con los horarios de los cortes de tráfico. También hubo seguimiento de por parte de *IDEAL*, a página completa con una crónica ilustrada con una fotografía de Serge Baguet, además de un breve con declaraciones del nuevo líder, Francis Cabello (y su respectiva imagen) y otro sobre el ciclista jiennense Fernando Serrano. También se publicó un reportaje breve con testimonios de Luis Cuevas, exdirector de la Vuelta a Andalucía, y los protagonistas locales.

El jueves 17 de febrero, fecha de la última etapa de la Ruta del Sol entre Sevilla y Chiclana, solo el diario *CÓRDOBA* se hacía eco de lo ocurrido en la jornada anterior entre La

Guardia de Jaén y, precisamente, Córdoba. La victoria al esprint de Alessandro Petacchi tuvo su hueco gráfico, al igual que otras imágenes del podio, en el formato que el diario venía empleando durante todos los días de carrera: crónica, clasificaciones y kilómetro a kilómetro de la etapa en una página y reportaje breve sobre el equipo Andalucía (con su respectiva fotografía), breves informativos (tres en este caso: Francis Cabello, Alfonso Igualada y los atascos de tráfico) y dos columnas de publicidad de los patrocinadores de la carrera en la página siguiente.

La Vuelta a Andalucía terminó en Chiclana de la Frontera (Cádiz) con la segunda victoria de etapa consecutiva de Petacchi y la confirmación del ansiado triunfo en la general para Francisco Cabello. El día siguiente al punto y final de la carrera, el viernes 18 de febrero, el desenlace de la misma fue narrado en las páginas de *CÓRDOBA* e *IDEAL*. La primera de estas cabeceras volvió a dedicar dos páginas a la Ruta del Sol con la misma estructura que había seguido durante todo el transcurso de las etapas (una página con la crónica, gran fotografía del ganador en este caso, kilómetro a kilómetro de la etapa y clasificaciones; y otra con el reportaje sobre el equipo Andalucía, tres breves con declaraciones de protagonistas —Carlos Castaño, Francis Cabello y Pascual Llorente— y la publicidad de los *sponsors* a dos columnas). Asimismo, la cobertura del final de la Vuelta a Andalucía por parte del diario granadino *IDEAL* consistió en una gran crónica de la etapa y del triunfo final del local Cabello, enmarcada por una foto suya, además de las clasificaciones (página completa). Además, también sus páginas también albergaron una columna de opinión en la que se recogía la alegría por la victoria de Cabello y un breve repasando los ganadores andaluces que ha tenido la Ruta del Sol a lo largo de su historia.

En definitiva, es apreciable el seguimiento constante y extenso de la Vuelta a Andalucía 2005 que realizó el diario *CÓRDOBA*. Aunque muy probablemente influyera que la cabecera fuera colaboradora de la carrera, esta no es sino otra prueba de la apuesta de la misma por el ciclismo andaluz y su máxima prueba. La información, además, era atractiva y ordenada con cada una de las etapas, con las imágenes más destacadas, los protagonistas y el acento del equipo local. Por su parte, *IDEAL* también estuvo presente cubriendo con bastante detalle y generosidad parte de la carrera, con mayor o menor espacio y volumen informativo en función del territorio por el que pasase la Ruta del Sol cada jornada (especial dedicación para la etapa jiennense y el desenlace de la carrera), si bien faltó en dos etapas. Aunque las hemerotecas no recogen informaciones de *SUR* y *DIARIO DE SEVILLA*, es destacable el trabajo del periodismo andaluz para que la carrera de casa no cayese en el olvido en unos años en los que aún no había terminado de lanzarse internacionalmente y en los que no se emitía en directo en ninguna televisión.

7. 4. 2. Vuelta a Andalucía 2010 (21-25 de febrero)

Sin duda, fue una edición muy malagueña de la Ruta del Sol: tres de las cinco etapas se desarrollaron íntegramente por territorio malagueño. Eran los años más destacados del equipo Andalucía, única escuadra española junto a Caja Rural que participó en aquella Vuelta a Andalucía. Las salidas y finales de etapa fueron en las localidades que aún hoy son las más habituales: Jaén, La Guardia de Jaén, Marbella, Málaga... y la victoria en la general se la llevó el australiano Michael Rogers. Así fue la cobertura informativa de los diarios que hemos seleccionado:

El domingo 21 de febrero comenzaba la carrera desde Jaén. El diario *SUR* publicó una extensa previa (página completa) de la ronda andaluza y cada una de sus etapas, con una tabla con sus kilometrajes y una gran fotografía. Se hizo hincapié en la importancia de la provincia de Málaga en esta 56ª edición. Fue la única de las cabeceras escogidas que habló de la carrera en sus páginas ese día.

El día siguiente, tras esa primera etapa montañosa con final en el alto de Allanadas y triunfo para Sergio Pardilla, llegaban las crónicas al respecto en la prensa local. *SUR* recogía una completa crónica de la etapa (página completa), que incluía fotografía y declaraciones del ganador, así como una tabla con la clasificación. *CÓRDOBA* dedicó un gran espacio a las informaciones sobre la Ruta del Sol, con una crónica de la primera etapa (página completa salvo dos columnas de publicidad de la carrera y sus patrocinadores, entre los que figuraba el propio diario Córdoba como colaborador) con fotografía, una previa de la segunda etapa, que tuvo lugar ese lunes con final de etapa en la capital cordobesa (página completa), con la clasificación de la carrera, los últimos vencedores en Córdoba e información de servicio sobre el tráfico, y por último una noticia sobre el desempeño del equipo cordobés Andalucía-Cajasur en el arranque de la carrera (media página), con fotografía incluida.

Tras la primera llegada al esprint con victoria para el tricampeón del mundo, Óscar Freire, el martes 23 la Vuelta a Andalucía se metía de lleno en la provincia de Málaga. Antes de ello, *SUR* publicó la crónica de la segunda jornada de ciclismo andaluz (página completa salvo una columna), con fotografía y clasificaciones. Por su parte, *CÓRDOBA*, siguiendo con su extenso seguimiento de la Ruta del Sol, albergó entre sus páginas dos crónicas de la carrera, la más puramente deportiva (página completa), con fotografía y clasificaciones, y otra más humana dedicada al ambiente en la capital cordobesa con la llegada del pelotón (página completa), llena de imágenes y declaraciones. Además, en la sección de opinión hubo un breve dedicado a Óscar Freire tras su victoria, y otro sobre el sombrero cordobés en la Vuelta a Andalucía.

Freire repitió victoria ese martes en Benahavís (Málaga). El miércoles 24, *SUR* recogía en su crónica la primera del tríptico de etapas malagueñas (página completa salvo una columna), con una imagen de la salida desde Marbella y las clasificaciones. También se hacía mención a la contrarreloj que ese mismo día se disputaba por las calles de la capital de la Costa del Sol. Freire ilustraba las páginas del diario *CÓRDOBA*, que recogía todas las clasificaciones y la información de lo acaecido en la tercera etapa (página completa). En la página siguiente, una breve previa de la contrarreloj individual junto al seguimiento, una vez más, del equipo Andalucía, elogiado por ser el más activo de la carrera, y la publicidad de los colaboradores de la prueba.

Ya el jueves 25 de febrero tuvo lugar la última etapa, con final en Antequera. Antes de eso, Alex Rasmussen se había impuesto en la contrarreloj de 10,2 km por Málaga, el mismo día que Rogers tomó el maillot de líder de la Vuelta a Andalucía. Todo ello era recogido en la crónica diaria de *SUR* (página completa), con una espectacular foto de la prueba contra el crono y las nuevas clasificaciones. También en *CÓRDOBA* se habló de la cuarta etapa, con la crónica ilustrada (página completa). Además, la pequeña previa de la última etapa, la pieza dedicada al equipo Andalucía y una fotografía de uno de sus corredores, Manuel Vázquez (todo ello a tres columnas de cinco).

Una vez finalizada la Vuelta ciclista a Andalucía, el viernes 26 de febrero tanto *SUR* como *CÓRDOBA* cerraban su cobertura de la carrera con las crónicas de la etapa final y el ganador de la edición nº 56 de la Ruta del Sol. El primero de ellos, con una fotografía de Fran Ventoso, ganador al esprint de la última etapa en Antequera, contaba a página completa el desenlace de la carrera, con las clasificaciones y un despiece sobre la trayectoria de Michael Rogers, campeón de la ronda andaluza. *CÓRDOBA*, por su parte, ilustraba su crónica con la misma foto de Ventoso además de una de Rogers y todas las clasificaciones de la carrera (página completa más una columna de la siguiente). Aparte, incluía en la página siguiente dos columnas con imagen dedicadas al equipo Andalucía, como en cada etapa. La página se completaba con la publicidad de la Ruta del Sol.

De esta forma, tanto *SUR* (con una página completa diaria) como *CÓRDOBA* (entre una y dos) realizaron en el año 2010 una cobertura completa y extensa de la Vuelta a Andalucía. Ambos, especialmente *CÓRDOBA*, dedicaron un hueco cada día al desempeño del equipo local, el desaparecido Andalucía-CajaSur, además de incluir siempre fotografías del transcurso de la etapa y todas las clasificaciones (caso de *CÓRDOBA*) o la general y la de la etapa (caso de *SUR*). Además, o bien al final de la crónica del día anterior (en *SUR*) o en una pieza breve independiente (en *CÓRDOBA*) se adelantaba el recorrido de la etapa del día en que se publicaba el periódico. Un seguimiento a la altura de la carrera en el que, aunque se destacaron especialmente y con crónicas sobre el público las etapas que transcurrían por territorio local de cada cabecera, toda la vuelta recibió un seguimiento uniforme y amplio. En el otro lado de la balanza, no queda constancia en la hemeroteca de que *IDEAL*, que esos días sí publicó diversas y amplias informaciones sobre la Clásica de Almería, ni *DIARIO DE SEVILLA* hablaran de la Ruta del Sol durante la semana de la carrera.

7. 4. 3. Vuelta a Andalucía 2015 (18-22 de febrero)

Esta fue una de las que más focos mediáticos han tenido en los últimos años por el duelo Contador-Froome que se presagiaba y que, en efecto, tuvo lugar. Después de tres victorias consecutivas de Alejandro Valverde, el murciano se ausentó en esta edición de las carreteras andaluzas, por lo que de entrada quedaba muy abierta la carrera. La victoria final fue para el británico, solo 2" por delante del de Pinto, tras haberle arrebatado el liderato en la cuarta etapa. Los diarios *CÓRDOBA*, *SUR* e *IDEAL* estuvieron presentes durante toda la Ruta del Sol, con previa el día que dio comienzo la carrera incluida. A continuación, desgranamos un poco más dichas informaciones:

La primera etapa, el miércoles 18 de febrero, se dividía en dos tramos: el 1A, entre La Rábida-Hinojos (Huelva), en línea; y el 1B, 8 kilómetros contrarreloj en Coria del Río (Sevilla). Este día, tanto *SUR* como *IDEAL* y *CÓRDOBA* albergaron en sus páginas respectivas previas sobre la carrera. En el diario malagueño, la previa contaba con una gran fotografía y los recorridos de las etapas, y ocupaba una página salvo el faldón y una columna, mientras que en el granadino esta era más reducida: dos columnas salvo faldón. Presentaba los recorridos y kilometrajes, y una sola foto pequeña de Alberto Contador. La cabecera cordobesa dedicaba una página completa a excepción de una columna, con fotografía y los

recorridos y kilometrajes de las etapas. También publicó una noticia de media columna sobre el paso de la Ruta del Sol por Lucena.

El día 19 los tres diarios recogieron la crónica del día anterior, con el liderazgo de Alberto Contador reflejado en sendas fotografías. La información ocupaba dos tercios de página en el caso de *SUR* (que incluían la clasificación de ambos sectores de la etapa, además de la general), media página en el de *IDEAL* y una página completa en *CÓRDOBA*, con fotografías de Alberto Contador en todos ellos, y las diferentes clasificaciones tanto en *SUR* como en *CÓRDOBA*. Muy interesante es el hecho de que, en la edición para Jaén, *IDEAL* llevaba en portada, con una gran fotografía (aunque no a página completa), la victoria del ciclista local Javier Moreno en la contrarreloj de la primera etapa. Además, en el diario *SUR* se recogía en la sección de Turismo una noticia breve (un párrafo) sobre la promoción turística que para Andalucía supone la Ruta del Sol. Además, en la sección de opinión del diario *CÓRDOBA* hubo un breve dedicado a Alberto Contador destacando su temprano liderato.

El viernes 20 de febrero la prensa habló en sus crónicas de la segunda etapa de la Vuelta a Andalucía, disputada el jueves entre Utrera (Sevilla) y Lucena (Córdoba), con victoria al esprint del gaditano Juanjo Lobato. *SUR* dedicaba una página completa excepto el faldón; *IDEAL*, dos tercios de página, en los que constaba una pequeña previa de la tercera etapa; y *CÓRDOBA*, una página completa, en la que se intercalaba un reportaje breve sobre el ambiente en la meta de Lucena (y en el que quedaba constancia que el trofeo al mejor andaluz de la etapa es patrocinado por dicho periódico). Todas las crónicas contaban con su respectiva imagen del ciclista, por entonces del Movistar Team, cruzando la meta (y varias más pequeñas en el caso del diario *CÓRDOBA*), y una tabla con la clasificación de la etapa y la general.

La tercera etapa de la 61ª Ruta del Sol se desarrolló el 20 de febrero entre Motril y el Alto de Hazallanas, discurriendo íntegramente por la provincia de Granada. Por ello, el diario local, *IDEAL*, dedicó una extensa cobertura a la misma en su edición Granada en la jornada del sábado 21 (dos páginas completas con grandes fotos a color ocupando la mitad superior de estas) con una crónica centrada en el ambiente de la etapa, toda una ‘fiesta del ciclismo’, además de una entrevista a Joaquín Cuevas, director de la carrera. Además de esto, todas las ediciones del diario *IDEAL* incluyeron la crónica deportiva más al uso de la etapa, con imagen y clasificaciones (a tres columnas de cinco en una página). Por su parte, *SUR* incluía su respectiva crónica, también con imagen y clasificaciones (página completa salvo faldón). Por último, el diario *CÓRDOBA* volvía a dedicar una página completa a la Vuelta a Andalucía, con la crónica de la tercera etapa, una gran fotografía y las clasificaciones.

La jornada del domingo 22, cuando tuvo lugar la última etapa de la ronda andaluza, la prensa recogía cómo Chris Froome destronaba a Contador en la clasificación general de la carrera, sacándole 28” en el Alto de Allanadas (La Guardia de Jaén) para colocarse 2º por delante de él de cara a la general. De esta forma, *SUR* ilustró sus páginas con una crónica (un tercio de página) que incluía una fotografía de Froome levantando los brazos y clasificaciones. Por su parte, *IDEAL* ofrecía su crónica sobre el triunfal británico con su respectiva foto y clasificación (media página). Además de ello, la edición Granada también recogía una galería fotográfica (página completa) sobre la salida de la Ruta del Sol desde Maracena, y una entrevista a Alberto Contador (página completa) con fotografía incluida

realizada en Granada durante el paso de la ronda andaluza por la misma, si bien no se ciñe a la carrera. Por último, la edición Jaén de este periódico dedicaba un párrafo a Javier Moreno, ciclista del Movistar Team, como personaje de la semana. El diario *CÓRDOBA*, un día más, publicaba su crónica a página completa de la etapa de la jornada anterior, con fotografía de Froome, clasificaciones y un despiece sobre los horarios de la última etapa, que partía de Montilla (Córdoba).

Después del segundo triunfo de etapa de Lobato y de la confirmación de la victoria de Froome en la Vuelta ciclista a Andalucía, el lunes 23 de febrero llegaban las informaciones al respecto del desenlace del duelo entre el ciclista de Nairobi y Contador, así como el balance final de esa Ruta del Sol. *SUR* publicó una extensa crónica (página completa) ilustrada con varias fotografías en las que se incluía una tabla con las clasificaciones y, como venía siendo habitual durante las etapas, un despiece con el desempeño y las impresiones de Luis Ángel Maté, ciclista marbellí del equipo Cofidis y mejor andaluz en la general. Por su parte, *IDEAL* llevó en sus páginas un breve repaso a la carrera, sin imágenes ni clasificaciones, en el faldón de una página. *CÓRDOBA*, por último, mantuvo en este epílogo el formato que había utilizado durante toda la carrera, con una página completa, gran imagen del podio final y declaraciones de los protagonistas. Cabe destacar el faldón con las etapas, recorridos y horarios de las mismas que durante toda la semana presentó en la página dedicada a la Ruta del Sol.

En definitiva, la Vuelta a Andalucía 2015 no solo fue mediática de cara a los medios nacionales e internacionales que se fijaron en la primera batalla de la temporada entre Chris Froome y Alberto Contador, calificada como una Vuelta o Tour a pequeña escala. Las cabeceras locales que habitualmente cubren las informaciones sobre el ciclismo andaluz no faltaron a la cita y realizaron un seguimiento nada desdeñable de la edición nº 61 de la Ruta del Sol. Fueron numerosas las imágenes de la carrera y la información sobre el recorrido de las etapas. El diario *CÓRDOBA*, patrocinador del trofeo al mejor andaluz de la etapa, dedicó una página completa diaria a la carrera. En *SUR* e *IDEAL* la extensión fluctuaba según por dónde discurriese cada etapa. La contrapartida es la falta de atención de otros medios locales relevantes. Es el caso de *DIARIO DE SEVILLA*, del que no hay constancia de que publicara nada sobre la ronda andaluza durante la prueba ni una vez hubo acabado.

7. 4. 4. Conclusiones del seguimiento de la prensa en los últimos quince años

Tras haber observado la cobertura mediática de toda la prensa andaluza de la edición del año 2020 de la Vuelta ciclista a Andalucía podemos hacernos una idea del estado de salud y de interés en el que dicha prensa local se encuentra respecto a la ronda andaluza, de la que ya tenemos constancia que el medio que más atención le presta y más difusión le da es el televisivo (que también es el más consumido y el que más repercusión tiene). Esto se debe al atractivo deportivo y a la emoción que han caracterizado a la carrera en las últimas dos décadas, pero también al trabajo de posicionamiento y búsqueda de nuevas ventanas y formas de promocionarse de la organización de la Ruta del Sol. Como decíamos, salvando las diferencias obvias de presupuesto, ámbito de actuación, alcance y formato, la prensa local está en otro escalafón. En la actualidad hay muchas cabeceras diferentes que, de una forma u otra, dan cabida entre sus páginas a la Vuelta a Andalucía, y al menos 11 lo hacen durante todo el tiempo que se está disputando la carrera, (*DIARIO DE SEVILLA*, *DIARIO DE CÁDIZ*,

DIARIO DE JEREZ, EUROPA SUR, EL DÍA DE CÓRDOBA, MÁLAGA HOY, GRANADA HOY, HUELVA INFORMACIÓN, SUR, CÓRDOBA, y ESTADIO DEPORTIVO), 13 si no contamos la previa del primer día (sumando *IDEAL* y *DIARIO JAÉN*). Otras, presentes solo en algunas etapas, dan una cobertura más tangencial y superficial.

Entre los diarios escogidos para el análisis de años anteriores (elegidos por su relevancia y por la amplia cobertura en el año 2020), hay varios puntos a valorar. El primero de ellos, la conciencia de la importancia de la Vuelta a Andalucía por parte del diario *CÓRDOBA* a lo largo de todos estos años. Tanto en 2005, 2010, 2015 como en 2020 el periódico ha estado presente en todas las etapas de la carrera, dedicando un amplio espacio reservado para la misma (aunque en la última edición de la Ruta del Sol este fluctuaba en función de la etapa). Un dato importante es que *CÓRDOBA* ha sido diario colaborador de la carrera desde la década de 1990 hasta la actualidad, incluyendo el patrocinio del trofeo al mejor andaluz. Esto, además de implicar el consiguiente seguimiento casi obligatorio de la carrera y un papel activo del diario en la misma, también es una muestra del reconocimiento y la apuesta por el ciclismo desde la prensa andaluza.

La Vuelta a Andalucía también ha sido habitual objeto de noticia cada mes de febrero en las páginas de *IDEAL*, como tenemos constancia de ello tanto en 2005 como en 2015 y 2020. Mención aparte merece la edición de 2010, en cuya semana el diario acogió con bastante espacio diferentes informaciones sobre la Clásica de Almería, pero la hemeroteca no recoge nada sobre la Ruta del Sol. Sí que es cierto que el diario *IDEAL* es el ejemplo paradigmático de periódico que se vuelca con la carrera cuando esta discurre por su territorio, dedicándole páginas dobles y galerías fotográficas (como en la Vuelta a Andalucía 2005, con etapas por Granada y Jaén y victoria final de un granadino, con la etapa de Hazallanas en 2015 o con las de Jaén y Granada en sus respectivas ediciones en 2020), aunque ya se ha visto que, por lo general, también informa sobre ella, de una forma más modesta, el resto del tiempo.

Por su parte, era previsible que *SUR*, diario de una provincia que vive tan intensamente el ciclismo como Málaga, también se esforzara por dar la visibilidad que un acontecimiento de las características de la Vuelta a Andalucía merece. Así lo recoge el seguimiento que se ha realizado por distintas ediciones de este siglo. Si bien de la Ruta del Sol 2005 no hay datos, raro es el día de las ediciones de 2010, 2015 y 2020 en que se ha dedicado media página o menos a la información relativa a la carrera durante el transcurso de la misma, habitualmente amplia, con fotografías e información de servicio. Aunque las numerosas etapas celebradas en la provincia malagueña —la que goza de una mayor presencia en la Vuelta a Andalucía— son las que alcanzan un mayor peso, el diario *SUR* ha sido bastante generoso y homogéneo durante estos años a la hora de otorgar espacio a la carrera, discurriese por donde discurriese.

Desgraciadamente, de *DIARIO DE SEVILLA* no hay registro en las hemerotecas en las ediciones pasadas seleccionadas. Como comentaba el director de la carrera, los diarios sevillanos, a excepción de *ESTADIO DEPORTIVO*, han sido más esporádicos en sus informaciones a lo largo de la historia de la Ruta del Sol. Sin embargo, en 2020 ya vimos que todas las marcas del grupo Joly, con alguna contada excepción en momentos puntuales (*DIARIO DE ALMERÍA*) han estado presentes a lo largo de las diferentes etapas con una crónica de las mismas, las cuales han llegado a casi todo el territorio andaluz, ya que existe al

menos un periódico de este grupo en todas las provincias, salvo en Jaén. Ello supone un importante factor de cohesión para la afición andaluza al ciclismo de élite.

Con todo lo comentado, podemos concluir de esta forma que las cabeceras más fieles e interesadas por la Vuelta a Andalucía lo han seguido siendo, de una u otra manera, con el paso de los años, como *CÓRDOBA*, colaboradora durante varias décadas ya de la carrera. Asimismo, hay algunas que en la actualidad están contribuyendo al fomento y visibilidad de la ronda andaluza (como *DIARIO JAÉN*, mencionada por el propio director de la carrera y que encaja perfectamente en la fuerte apuesta que la Diputación de Jaén está realizando en los últimos años por el ciclismo, como patrocinador oficial de la Vuelta a Andalucía, acogiendo sus etapas y también con la Vuelta a España, el ciclismo amateur o siendo sede del Campeonato de España de carretera en 2020). Y otras cabeceras que, al igual que las instituciones o, hasta hace poco, la televisión autonómica, no terminan de darse cuenta de la relevancia que tiene la Vuelta ciclista a Andalucía, tanto en lo deportivo (más apreciado en el extranjero que nacional y regionalmente) como en lo turístico y lo social (como algún periódico tan importante como *DIARIO DE SEVILLA*, si bien parece que en la actualidad ese interés se encuentra en aumento). No obstante, con el crecimiento sostenido de la Ruta del Sol en los últimos años, no sería de extrañar que su total afianzamiento, que ya es imparable a nivel europeo e internacional, se produzca también, y de una vez por todas, dentro de España y de Andalucía. Todo ello a pesar de varios factores que han podido disuadir a parte de la afición y los medios a interesarse por el deporte de la bicicleta, como se expondrá a continuación.

8. ESPACIO DEDICADO AL CICLISMO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Ya hemos visto la cobertura mediática que recibe la Vuelta ciclista a Andalucía por parte de las distintas plataformas y *mass media*, con especial detenimiento en la prensa local. A priori, el caso andaluz estudiado podría parecer paradigmático del trato que se les da a deportes como el ciclismo en los medios de comunicación españoles. Sin embargo, lo cierto es que, si bien hay territorios en los que el deporte de la bicicleta tiene mucho más protagonismo que en el resto —muy especialmente en el País Vasco, de gran tradición y afición ciclista— a nivel nacional, en los grandes medios generalistas o incluso deportivos hay menos hueco para el ciclismo que en la prensa andaluza durante la Vuelta a Andalucía. Claro está, no obstante, que los periódicos malagueños o granadinos nunca recogen informaciones relacionadas con el ciclismo con la asiduidad con que lo hacen durante la semana de la Ruta del Sol, por lo que sí que podemos identificar a los medios regionales y locales como una versión a menor escala de lo que ocurre en el resto del territorio nacional, en las grandes cabeceras e informativos deportivos.

Tampoco debe generalizarse. En primer lugar, hay que señalar que estamos refiriéndonos a los medios más grandes, generalistas, que abarcan todo el territorio español. Después, no es la misma situación la de prensa, radio o televisión. En el caso de las dos

últimas, las retransmisiones en directo son el más claro escaparate de este y otros deportes de cara al público, y también la contribución más importante que desde las pantallas y ondas de radio se hace al mundo del ciclismo y a cuidar de la afición. COPE y SER, también presentes en la Vuelta a Andalucía, son los grandes nombres de la retransmisión radiofónica deportiva en España. Emiten y comentan en vivo todas las etapas del *Tour de France* y la Vuelta a España, además de otros eventos clave, como el Mundial en septiembre. En ese sentido, su labor y cobertura es la que menos ha cambiado en las últimas décadas. Del mismo modo, el ambiente cercano y familiar que caracteriza a la radio se mantiene en la actualidad.

Lo que sí ha cambiado es todo lo demás, incluido el entorno de los propios oyentes. Así lo cree Heriberto Frade, periodista de la Cadena COPE y miembro del equipo de comentaristas de ciclismo de esta emisora radiofónica: «El interés de la gente por el ciclismo no es aquello de los años ochenta y noventa, pero seguramente es porque el perfil del consumidor tampoco es el mismo. Ahí están las audiencias de televisión, nuestros datos de la radio... A la gente le interesa. Otra cosa es que las emociones duren lo que tardas en cambiar de canal cuando acaba». La principal diferencia entre la audiencia de hace treinta años y la de ahora es, además de la fiebre que había en aquel entonces por Perico Delgado y Miguel Indurain, las posibilidades que tiene la audiencia hoy, mucho más amplias y variadas que las de entonces: «Tenían menos oferta, deportiva y no deportiva. Sin Internet y, por ende, sin redes sociales. Había que ver lo que había que ver para estar preparados para la tertulia del día siguiente. Y los medios de comunicación convencionales creaban la necesidad de verlo con sus coberturas». Se ha ganado en libertad y variedad informativa y de entretenimiento. Eso, que es un dato obviamente positivo, ha supuesto que parte del público de los medios, que antes se veía «obligado» a consumir determinados contenidos, actualmente esté mucho más disperso entre todo el amplio abanico de opciones y contenidos para todos los gustos que se le ofrece, tanto desde los medios convencionales como, sobre todo, desde el mundo digital, Internet y los nuevos formatos. Unas nuevas plataformas que, como veremos más tarde, también han ayudado a la difusión del ciclismo y a la creación de una comunidad de aficionados a través de la red.

8. 1. LA TELEVISIÓN —¿COTO PRIVADO DEL FÚTBOL?— Y EL CICLISMO

La relación de la televisión con el ciclismo, y con el deporte en general, también alcanza su cénit con la emisión en directo de las competiciones. Estas, especialmente las de partidos de fútbol, se han convertido en los espacios que más espectadores consiguen y, por tanto, los que más dinero generan. Es aquí donde el fútbol marca la diferencia, con unas cifras desorbitadas de audiencia cualquier fin de semana con los partidos de Liga y muy especialmente con las finales de Champions, Copa del Rey o partidos de Eurocopas y Mundiales. Como comenta José Luis Rojas, profesor en la Universidad de Sevilla, en su artículo *La preeminencia del fútbol en la parrilla televisiva. Derechos de emisión y criterios mercantilistas en la selección de las noticias deportivas* (2012, p. 7), «el éxito y la popularidad de estas emisiones hacen del fútbol la base del negocio de las televisiones porque la audiencia que generan se convierte en claro reclamo para conseguir ingresos a través de la publicidad y de la captación de abonados, en el supuesto de las televisiones de pago. De una u otra forma, el fútbol resulta ser rentable y un elemento clave en la estrategia comercial de las cadenas». Cuando el interés económico y empresarial de las compañías comunicativas se

ve tan recompensado por contenidos como este, la prioridad de las mismas se convierte en conseguir los derechos televisivos de los diferentes partidos y competiciones. De esta manera se reparten como porciones de un gran y jugoso pastel entre todas las cadenas y grupos comunicativos, algunos exclusivamente en la televisión de pago y otros también en abierto.

Entre los efectos de este reparto se encuentra la hegemonía del fútbol en la televisión, con total atención a los partidos, sus previas y tertulias pospartido, que incluso interrumpen o reducen los informativos, y su consecuente traslado a las secciones de deportes de estos. Un fenómeno curioso al respecto de estas secciones de deportes es cómo varía el orden y el peso de las noticias deportivas de una cadena a otra, precisamente en función de las competiciones de las que cada una tenga los derechos de emisión, a las que se les otorga una mayor importancia o un lugar destacado en el espacio informativo, dejando noticias o competiciones más importantes, pero de las que no se tienen los derechos, en un puesto muy secundario, a veces residual. Esto mismo es algo que apunta el profesor Rojas en su artículo:

Al margen de lo que ocurre en la jornada de Liga, que suele aparecer casi sin excepción en primer lugar, en cambio, triunfos importantes de deportistas procedentes de [otras] modalidades y competiciones pueden quedar relegados a un plano lejano o casi imperceptible si no existe de por medio un vínculo comercial entre ese contenido y la cadena que lo ha emitido en exclusiva. De esta forma, la cadena televisiva que emite una competición le otorgará un espacio preferente mientras que aquella que no posee los derechos sobre la misma, por muy importante que esta sea y por muy relevante que pueda ser la noticia, le dará un rango menor, primero en lo que respecta al tiempo dedicado y luego en cuanto a la colocación de la noticia, al tratarse de un hecho informativo que ha sido contado previamente en directo por una cadena de la competencia (2012, p. 10).

Llegados a este punto, hay que tener en cuenta que en los últimos años se viene experimentando un incremento notable en el tiempo que se dedica a la información deportiva dentro de los telediarios. Sin embargo, fruto de la altísima rentabilidad que proporciona el fútbol y el apasionado interés del público, la mayor parte de este tiempo lo ocupan informaciones dedicadas al deporte rey, lo cual, sin duda, genera una pescadilla que se muerde la cola: los espectadores consumen fútbol y más fútbol, aumentan los ingresos de las cadenas televisivas y el interés de la audiencia, que demanda más aún. De esta forma, la presencia de otras modalidades en los espacios informativos de deportes se ve drásticamente reducida y arrinconada, en muchos casos, al final del programa. De hecho, ocurre con frecuencia que no se habla de competiciones o victorias importantes de otros deportes mientras el espacio deportivo se rellena con noticias de ámbito futbolístico que se salen de lo deportivo y de lo periodístico, al informar sobre las actualizaciones de estado en Instagram de los futbolistas o sus nuevos cortes de pelo. A esto lo denomina Rojas la «futbolización» de la información deportiva en televisión, una forma de espectacularización de los medios que ha cambiado los criterios noticiosos y ha desplazado (no sabemos bien a dónde, puesto que en muchas ocasiones se quedan sin espacio en los medios, especialmente en estos programas televisivos) los contenidos verdaderamente informativos del resto de modalidades y disciplinas: «Se da cabida y relevancia a aspectos que son más bien anecdóticos o secundarios (...). La magnificación visual y la trivialización de los contenidos de forma inexorable provoca una pérdida de calidad en el producto informativo» (2012, p. 11). Es

decir, en la actualidad tenemos en los telediarios unas secciones de deportes mucho más amplias, con más minutos, más medios y mayor espectacularidad, pero con una calidad y variedad informativa mucho inferior, que a menudo pasa por convertir las secciones de Deportes en programas triviales de infoentretenimiento.

Si, aun con más espacio en las noticias, los deportes más secundarios —por no hablar de los minoritarios— no gozan de demasiada atención mediática dentro de los telediarios y programas informativos, antes de que la información deportiva alcanzara las dimensiones que hoy tiene la situación tampoco era mucho mejor. Un balance similar hace el ciclista del Burgos-BH Jorge Cubero, quien, además, pone el foco en el interés que ciertos medios tienen por el ciclismo únicamente para temas escabrosos: «No ha variado mucho. Para los grandes medios de comunicación, el ciclismo siempre ha estado en un segundo plano. Muchas veces aprovechan precisamente los casos de dopaje para hablar de ciclismo en vez de las victorias. Eso siempre ha sido vergonzoso». No deja de ser curioso cómo aquellas cadenas en las que menos se habla de deportes como el ciclismo por lo deportivo, son las que más muestran noticias sensacionalistas o de cierto morbo, como cualquier asunto relacionado con los escándalos de dopaje o con accidentes y muertes de ciclistas en carretera. El del dopaje, concretamente, es un tema que trataremos más adelante como factor que ha desprestigiado al deporte de la bicicleta y que, aún hoy, puede ser un lastre para que despegue entre el público y los, muchas veces dañinos, medios de comunicación.

No obstante, no todos los programas de deportes de la televisión son iguales. Aunque el modelo del infoentretenimiento futbolero espectacular parece haber triunfado en muchas cadenas, la televisión pública se mantiene —o al menos trata de hacerlo— al margen con un espacio deportivo en el que la prioridad es la información y en el que las diferentes modalidades ajenas al fútbol tienen mucha más cabida que en el resto. Los informativos de TVE, que además tratan de involucrar al espectador sin importar el deporte que practique o aquel al que sea aficionado, son prueba de ello. La cuenta de Twitter *@repor_olimpico* analizó durante 2018 y 2019 los días que se hablaba de cada deporte en los telediarios de las 15 y las 21 horas de La 1, y publicó en esa red social los resultados de su seguimiento. Si bien el fútbol ocupa un claro lugar preponderante, con solo un día de ausencia en las noticias en 2018 y ninguno el año siguiente, la variedad polideportiva que muestra, que sería el mínimo esperable en un programa de información de deportes, es la más amplia que podemos encontrar actualmente en el espectro televisivo.

Nos fijamos en el ciclismo, deporte que nos atañe. Este ocupó la sexta plaza en 2018 y la quinta en 2019 en cuanto a número de jornadas que ha habido alguna noticia al respecto, solo por detrás del fútbol, el baloncesto, el tenis, el automovilismo y el motociclismo, al que adelantó el pasado año. 139 fueron los días en que se habló de ciclismo en 2019, una cifra nada desdeñable y que supera en 11 los del año anterior, con 128. Las modalidades que tuvo delante en el último ejercicio anual, fútbol (365), baloncesto (284), tenis (230) y automovilismo (149), además de las que lo siguen, motociclismo (120) y atletismo (110), constituyen el bloque de los deportes con más presencia en el espacio informativo de La 1.

Cabe destacar la labor promocional del ciclismo que TVE realiza en Teledeporte, con sus retransmisiones comentadas por los clásicos Carlos de Andrés y Pedro «Perico» Delgado, que han sabido fidelizar al público con sus años de experiencia como pareja de comentaristas, sus anécdotas e incluso divertidos ‘fallos’ o peculiaridades como su forma de pronunciar

determinados nombres franceses y belgas o el sonido de la comida en plenas retransmisiones. Estas retransmisiones se complementan con reportajes y entrevistas a pie de carrera, como los realizados por Josué Elena y Juan Carlos García, los cuales se muestran en el telediario, además del traslado de las emisiones en directo de los finales de etapa del *Tour de France* y la Vuelta a España a la primera cadena de TVE, La 1, en verano. Por este motivo, al menos estacionalmente, el ciclismo se ha convertido en parte de la cultura popular española, aun cuando muchos no lo siguen ni siquiera en ese momento, o recurren al cliché de que sintonizar las etapas del Tour cada día después de almorzar es ideal para dormir la siesta. Lejos de tratarse de desprestigio al deporte de la bicicleta, lo cierto es que todos estos detalles ponen sobre la mesa la celebración de las competiciones ciclistas durante esa época del año, y provocan que sean comentadas, seguidas y, por tanto, que tengan su hueco en los espacios de noticias.

8. 2. VIVIMOS EN UN PAÍS RESULTADISTA

Sin embargo, aunque no es algo habitual en modalidades ajenas al deporte rey, este hueco y espacio diario durante semanas, que debe ser reconocido como tal, no deja de ser un espejismo estival de RTVE (y que solo se mantiene con tanta intensidad durante todo el año, con los seguidores habituales del ciclismo, en Eurosport). La supremacía absoluta del fútbol en el ámbito televisivo es indiscutible. Esta solo se ve ligeramente alterada por grandes competiciones de ámbito internacional como los Mundiales y Europeos de Baloncesto, los *Grand Slams* de tenis, los ya comentados Tour y Vuelta o, especialmente, los Juegos Olímpicos. En los medios impresos sí que se aprecia una mayor cabida de todas estas disciplinas y, en un ámbito algo más amplio, de la Liga ACB de Baloncesto, campeonatos de cierta importancia de atletismo y natación y carreras ciclistas de cierta importancia, especialmente si son del panorama nacional, grandes vueltas o si hay algún ciclista patrio implicado.

Aparte de eso, la agenda de los medios deportivos solo se ve alterada cuando hay grandes estrellas nacionales en otras modalidades deportivas: «La preeminencia de la información futbolística en los espacios deportivos es tan evidente que solo es puesta en entredicho temporalmente cuando se produce la aparición esporádica de grandes figuras nacionales en otras modalidades, como el tenista Rafael Nadal, el piloto de Fórmula Uno Fernando Alonso, el jugador de baloncesto de la NBA Pau Gasol o el ciclista Alberto Contador. Estos deportistas se convierten en ídolos y son capaces de movilizar y animar al público a buscar información y demandar opinión o análisis de una materia no balompédica» (Rojas, 2012: pp. 5-6). La cobertura televisiva y las páginas en prensa se incrementan de una forma notable para aquellos deportes en los que España tiene un papel importante, tanto a nivel de equipo como, muy especialmente, cuando surgen ídolos de masas como los ya citados. Un caso particularmente llamativo es cómo la oferta televisiva de competiciones y la información al respecto en la prensa de un deporte anteriormente tan desconocido y poco mediático como el bádminton, así como la demanda por parte del público de clases para aprender a jugar a este deporte, han crecido exponencialmente desde que la onubense Carolina Marín comenzó a dominar el panorama internacional con victorias en un torneo detrás de otro, proclamándose tres veces campeona mundial y medalla de oro en los Juegos Olímpicos de Río 2016.

De la misma forma, muchos aficionados al ciclismo se engancharon gracias a Perico Delgado, Miguel Indurain o Alberto Contador. El ciclismo es un deporte que, aunque no de grandes masas, lleva ligado a la afición española muchas décadas por la sucesión de destacados corredores. Pero, probablemente, sin ellos, el interés del público nacional habría sido bastante menos intenso y arraigado. La pasión por los grandes éxitos nacionales y las grandes batallas en las cumbres más importantes del mundo del ciclismo ha venido desde Bahamontes hasta Contador. La mejor generación del ciclismo español se ha desarrollado en lo que llevamos de siglo, sumando nuevos nombres y rivalidades a la leyenda del deporte nacional. Con la retirada del de Pinto tras la Vuelta 2017, solo el incombustible Alejandro Valverde ha quedado en activo de los de aquellos años. Su anhelada victoria en el Campeonato del Mundo de Innsbruck-Tirol (Austria) el 30 de septiembre de 2018, aclamada en toda la prensa y medios de comunicación, donde copó las portadas de los principales periódicos deportivos y también las secciones de deportes de los informativos, supuso el cénit de su dilatada y exitosa carrera deportiva, pero también, muy probablemente, un punto de inflexión para el ciclismo español y la afición.

El nivel de los corredores patrios es elevado, digno de orgullo, y hay representación en muchos equipos por todo el mundo. Sin embargo, en el horizonte no se vislumbra con claridad un sucesor para todas estas grandes figuras que han llegado a lo más alto del ciclismo mundial. Es por todo esto, y por lo mal acostumbrados que estamos todos, medios, aficionados en general e incluso corredores, que aquellos que siguen las carreras motivados solamente por el gran desempeño de los españoles, probablemente las abandonen en un momento como el que ahora se atisba, en el que deja de haber un dominador nacional claro en el pelotón, las victorias, mucho más difíciles de conseguir de lo que parece ya no son lo habitual, y los podios de las grandes vueltas, donde insaciablemente se pone el foco, ya no están tan copados por ciclistas españoles. Ya lo dijo en 2015 Diego Pablo Simeone, entrenador del Atlético de Madrid: «Vivimos en un mundo resultadista». Y eso, en España, sea cual fuere el ámbito, se acentúa.

Juan Mari Guajardo comparte esta opinión acerca del resultadismo: «España necesita una figura, una referencia, alguna estrella que esté disputando la carrera para sintonizar la televisión, para que el deporte tenga muchísimo más seguimiento», y también lo hace Jorge Cubero: «Es como todo: cuando hay grandes campeones, la tendencia siempre es positiva, y cuando no, siempre decae un poquito. La época de Contador fue superbuena. Ahora quizás haya bajado un pelín». Algo que matiza con que el público siempre arroja al pelotón en las grandes pruebas que, para él, es lo importante. Otra puntualización interesante que hace Cubero es que el ciclismo no es un deporte en el que la afición vaya con un equipo o ciclista en concreto, considerando a los demás adversarios: «En el ciclismo se disfruta con el espectáculo independientemente de quien lo ofrezca. Aunque todos tengamos nuestros ciclistas preferidos y prioritarios, te da un poco igual quien gane». Este rasgo característico de este deporte conlleva que la afición sea muy sana y evita las disputas entre fanáticos de un equipo y otro o de un ciclista y otro. Sin embargo, está claro que, a pesar de ello, el hecho de que exista un campeón de la tierra motiva y anima al público y a los medios de comunicación a prestar más atención y a apoyar al corredor en cuestión.

Es cierto que el ciclismo ya de por sí tiene el lastre o la particularidad de que en España la atención mediática y más amplia por parte de la afición llega durante las grandes vueltas, a las que históricamente se han dedicado el país y la mayoría de sus grandes

campeones, a diferencia de la tradición por las clásicas de un día de Bélgica o los Países Bajos o el aprecio por todo tipo de competiciones durante la temporada de Francia o Italia. Lo señala Guajardo: «España es, tradicionalmente, un país de Tour, Vuelta y Giro. Nos marcó en su día Bahamontes, nos marcó Ocaña, Ángel Arroyo, Perico Delgado, Indurain, Carlos Sastre... y ya luego Alberto Contador y Alejandro Valverde». La práctica totalidad de los grandes referentes nacionales, salvo Óscar Freire o Abraham Olano, se han enfocado en estas pruebas, algunos a pesar de haber podido brillar más en otro tipo de carreras. El hecho de que hayan llegado tantos triunfos en estas grandes vueltas, encumbrando al ciclismo español, ha convertido en algo usual entre todo el público el ver a un corredor patrio vestido de amarillo o en lo más alto del podio en la plaza de Cibeles. Por ello, la actuación del periodismo en estos casos se enfoca en los ciclistas oriundos de España y su desempeño, colocándolos como favoritos aun sin serlo demasiado algunas veces. Hasta ahora siempre ha habido alguien que, más allá de haber tenido alguna temporada no demasiado espectacular, ha cumplido las expectativas. Se abre ahora un período en el que las informaciones quizá tengan que dar un cambio de enfoque para no presionar a la nueva generación de corredores, algo que, al fin y al cabo, ha pasado y pasa con muchas otras modalidades cuando los grandes ídolos de masas se retiran, como recalca de nuevo Guajardo: «No creo que sea algo particular del ciclismo, es la forma de ser de los españoles: nos enganchamos a un deporte si tenemos un deportista nacional disputando la carrera, el torneo o lo que sea».

8. 3. CICLISMO EN TIEMPOS DE CONFINAMIENTO: SEGUIMIENTO DE LA AUDIENCIA DE LAS REDIFUSIONES EN TELEDEPORTE DURANTE LA CRISIS DEL CORONAVIRUS (31M-30A)

Como ya hemos comentado, tener un deportista entre los favoritos de las competiciones es un filón para el público y fideliza al mismo a la modalidad en cuestión, y el ciclismo no es una excepción para ello, por supuesto. De hecho, aun después de su retirada, muchas veces desde los medios se sigue hablando por un motivo u otro de las que han sido las figuras más destacadas del deporte nacional, algo que interesa al público. Prueba de este culto a los mitos del deporte español es la estrategia seguida por RTVE cada tarde, desde la segunda mitad del mes de marzo de 2020, para aliviar el confinamiento con motivo del estado de alarma decretado por el Gobierno de España ante la expansión del coronavirus.

RTVE ha apostado durante esta complicada e inédita coyuntura, en la que no se han celebrado competiciones deportivas de ningún tipo, por entretener y animar a sus espectadores a través de su canal de televisión temático de deporte, Teledeporte (y de su página web). De esta forma, se ha dedicado a recordar grandes hitos y victorias de diferentes deportes emitiendo imágenes de su archivo (fútbol, baloncesto, tenis, atletismo o balonmano, entre muchos otros). Y, entre ellos, el ciclismo desde mediados de los años ochenta hasta la actualidad, en la mayoría de casos con triunfos de campeones españoles (sobre todo de Perico Delgado, actual comentarista de ciclismo en la emisora, de quien más etapas se han escogido; Miguel Indurain, Óscar Freire, Alberto Contador y Alejandro Valverde, pero también con Purito Rodríguez, Abraham Olano o Marino Lejarreta, entre otros) y, en una proporción mucho menor, con jornadas importantes del ciclismo internacional. Muchos aficionados llevaban años pidiendo que recuperasen de su amplísima hemeroteca imágenes tan apreciadas para el público como estas. No en vano, las audiencias

han sido destacadas en comparación con las que acostumbra a tener la cadena especializada en deporte de TVE, y más al no tratarse de competiciones en directo ni retransmisiones futbolísticas.

Ofrecemos a continuación la relación de momentos icónicos del ciclismo escogidos por RTVE para emitir durante el mes de abril (el período seleccionado para el seguimiento ha sido entre el 31 de marzo y el 30 de abril, concretamente, si bien nos consta que en mayo los índices no han hecho sino subir aún más y encadenar días como lo más visto en la emisora), con sus correspondientes datos de audiencia y *share* televisivo. En muchos casos pueden parecer modestos, pero son unos datos reseñables dentro de los propios de la cadena. También hemos señalado cuándo se trata de la emisión más vista del día dentro de Teledeporte con un asterisco (*), un dato reseñable, ya que las de ciclismo han estado entre las retransmisiones más seguidas por el público (las más seguidas en 12 de los 31 días), a veces por encima de las de fútbol, demostrando que el interés por el ciclismo en España —al menos en jornadas para el recuerdo o cuando hay un gran campeón nacional en escena— es alto:

*31 de marzo – Oviedo-Lagos de Covadonga (La Vuelta 1985): 87.000 espectadores (0,5% de *share*). Victoria de Perico Delgado.

1 de abril - Alcalá de Henares-Segovia (La Vuelta 1985): 34.000 espectadores (0,2% de *share*). Zarpazo a la general de Perico Delgado para llevarse la ronda española.

2 de abril – Villard de Lans- Alpe d’Huez (*Tour de France* 1987): 109.000 espectadores (0,7% de *share*). Victoria de Federico Echave y liderato para Perico Delgado.V

3 de abril – Bourg d’Oisans-La Plagne (*Tour de France* 1987): 66.000 espectadores (0,4% de *share*). Victoria de Laurent Fignon y duelo entre Perico Delgado y Stephen Roche.

*4 de abril – Morzine-Alpe d’Huez (*Tour de France* 1988): 100.000 espectadores (0,6% de *share*). Perico Delgado se coloca líder.

5 de abril – Toulouse-AX 3 Domaines (*Tour de France* 2003): 105.000 espectadores (0,6% de *share*). Victoria de Carlos Sastre.

6 de abril – Santander-Lagos de Covadonga (La Vuelta 1992): 73.000 espectadores (0,4% de *share*). Victoria de Perico Delgado.

*7 de abril – Villard de Lans- Serre Chevalier (*Tour de France* 1993): 144.000 espectadores (0,9% de *share*). Victoria de Tony Rominger batallada por un Miguel Indurain que eliminaba rivales de la general.

*8 de abril – Serre Chevalier-Isola (*Tour de France* 1993): 94.000 espectadores (0,6% de *share*). Nueva victoria de Tony Rominger tras un duelo con Miguel Indurain.

*9 de abril – Tarbes-Pau (*Tour de France* 1993): 108.000 espectadores (0,7% de *share*). Chiappucci, Rominger e Indurain en acción.

10 de abril – Serre Chevalier-Isola (*Tour de France* 1993): 104.000 espectadores (0,6% de *share*). Repetición por error de la etapa emitida dos días antes en lugar de Hautacam en el Tour 1994.

11 de abril – Périgueux-Bergerac (*Tour de France* 1994): 113.000 espectadores (0,7% de *share*). Victoria contrarreloj de Miguel Indurain.

*12 de abril – Cahors-Lourdes-Hautacam (*Tour de France* 1994): 146.000 espectadores (0,8% de *share*) Duelo de montaña entre Pantani e Indurain. Obtuvo más audiencia que una final de Copa del Rey (Real Madrid-Sporting, 120.000, 0,7%) emitida más tarde ese mismo día.

*13 de abril – Saint Girons-Luz Ardiden (*Tour de France* 1988): 137.000 espectadores (0,9% de *share*). Victoria de Laudelino Cubino y consolidación del liderato de Perico Delgado.

*14 de abril – Saint-Étienne-Mende (*Tour de France* 1995): 106.000 espectadores (0,7% de *share*). Victoria de Laurent Jalabert y puesta en jaque del liderato de Miguel Indurain.

15 de abril - Lérida-Cerler (La Vuelta 1989): 112.000 espectadores (0,7% de *share*). Victoria de Perico Delgado.

16 de abril – Campeonato del Mundo CRI de Valkenburg 1998: 65.000 espectadores (0,4% de *share*). Victoria de Abraham Olano con plata para Melchor Mauri.

17 de abril - *Paris-Roubaix* 1996: 51.000 espectadores (0,3% de *share*). Triplete del equipo Mapei con victoria de Johan Museeuw.

*18 de abril – Campeonato del Mundo en ruta de Verona 1999: 72.000 espectadores (0,5% de *share*). Victoria de Óscar Freire.

*19 de abril – *Liège-Bastogne-Liège* 2015: 68.000 espectadores (0,4% de *share*). Victoria de Alejandro Valverde.

20 de abril - León-Alto de l'Angliru (La Vuelta 1999): 74.000 espectadores (0,5% de *share*). Victoria de José María 'el Chava' Jiménez en la primera ascensión al Angliru.

*21 de abril – Tarbes-Luz Ardiden (*Tour de France* 2001): 121.000 espectadores (0,8% de *share*). Victoria de Roberto Laiseka.

22 de abril – Bourg de Péage-Mende (*Tour de France* 2010). 78.000 espectadores (0,5% de *share*). Victoria de Purito Rodríguez.

23 de abril – Campeonato del Mundo en ruta de Lisboa 2001: 65.000 espectadores (0,4% de *share*). Victoria de Óscar Freire.

24 de abril - *Paris-Roubaix* 2007: 54.000 espectadores (0,3% de *share*). Victoria de Stuart O'Grady y segunda posición para Juan Antonio Flecha.

25 de abril – Grenoble-Courchevel (*Tour de France* 2005): 87.000 espectadores (0,5% de *share*). Victoria de Alejandro Valverde por delante de Lance Armstrong.

26 de abril - *Liège-Bastogne-Liège* 2017: 57.000 espectadores (0,3% de *share*). Victoria de Alejandro Valverde.

27 de abril – Sallanches-Alpe d'Huez (*Tour de France* 2003): 69.000 espectadores (0,5 % de *share*). Victoria de Iban Mayo.

28 de abril – Campeonato del Mundo en ruta de Verona 2004: 72.000 espectadores (9,5% de *share*). Victoria de Óscar Freire.

29 de abril – Embrun-Alpe d'Huez (*Tour de France* 2008): 74.000 espectadores (0,5% de *share*). Victoria y liderato para Carlos Sastre.

*30 de abril – San Vicente de la Barquera-Alto de l'Angliru (*La Vuelta* 2008): 98.000 espectadores (0,7% de *share*). Victoria y liderato para Alberto Contador.

8. 4. EL DOPAJE, UNA LACRA CUYO FANTASMA NO TERMINA DE DESAPARECER

Un factor ligado al ciclismo durante décadas que explotó definitivamente en la generación inmediatamente anterior a la actual es el dopaje. Un deporte tan intenso, con larguísimos kilometrajes acumulados en hasta 21 días de competición en el caso de las grandes vueltas, con subidas infernales a puertos de montaña, un estricto entrenamiento y presión competitiva y mediática genera agotamiento, estrés, cansancio y dificultades para mantener el nivel de forma y energía que, sin embargo, de ninguna forma justifican que se recurra a prácticas ilícitas, que incumplen el reglamento y aventajan a unos deportistas sobre otros, creando falsos mitos a los que en muchos casos se ha vitoreado y alabado durante años sin que la mayoría supiera que su leyenda no era más que una patraña.

8. 4. 1. El caso Armstrong y el dopaje en el ciclismo español

Aunque ha afectado prácticamente a la totalidad de las modalidades deportivas a lo largo del último medio siglo, el dopaje se ha cebado particularmente con el ciclismo, que, a su vez, es el deporte que más ha hecho por cortar este problema de raíz desde dentro. El gran icono de esta lacra en el deporte que nos ocupa no es otro que el que en su momento llegó a ser considerado por muchos el ciclista más grande de la historia por haber ganado siete Tours consecutivos: Lance Armstrong. Dentro del pelotón también siguen recordando su historia con pesadumbre por lo perjudicial que ha sido para el deporte. Tal es el caso de Jorge Cubero: «El ciclismo ha tenido una época muy oscura. El último ‘palo’ importante fue el de Armstrong, que para mí ha sido uno de los que más daño le ha hecho al ciclismo». El caso concreto de este ciclista estadounidense, paradigmático de estar en lo más alto y caer a los infiernos, es digno de mención. El texano había sido ejemplo de superación por haber superado un cáncer de testículo y haber vuelto a la competición con gran arrojo y motivación a finales de los años noventa, antes de que la burbuja de las sustancias dopantes se inflara insospechadamente hasta explotar. Ganó el *Tour de France* 1999 y revalidó el título cada verano hasta el año 2005, victoria tras la cual tuvo lugar su primera retirada (volvió a las carreteras en 2008 para dejar la bicicleta definitivamente en 2011).

Ya convertido en ídolo de masas, diferentes acusaciones de haber empleado diversos métodos y sustancias dopantes de forma sistemática durante años lo persiguieron tanto a él como a otros compañeros de su equipo, hasta que en 2012 fue despojado de por vida de todos los resultados conseguidos desde el año 1998. El estadounidense no reconoció haberse dopado hasta enero de 2013 en una entrevista con Oprah Winfrey. Y, a día de hoy, sigue sin mostrar arrepentimiento de ello, como dijo con claridad en una nueva entrevista para la NBC

en mayo de 2019: «Hicimos lo que teníamos que hacer para ganar. No era legal, pero no cambiaría nada pese a que he perdido mucho dinero y he pasado de héroe a la nada. No cambiaría nada de la forma en la que he actuado. Quiero decir que lo volvería a hacer». Curiosamente, entre los reconocimientos que Lance Armstrong consiguió durante su carrera deportiva se encuentra el Premio Príncipe de Asturias en el 2000, tras su segundo Tour, como «ejemplo universal de cómo una persona puede enfrentarse con éxito a una enfermedad tan temible». Dicho galardón no se le retiró porque la Fundación Princesa de Asturias no contempla despojar del reconocimiento a alguien que ya ha sido premiado.

Pero el estadounidense no fue el único, ni mucho menos. Prácticamente todos los pesos pesados del pelotón de su época cayeron por su implicación en distintas tramas del dopaje. El *top ten* de las clasificaciones generales de los Tours de aquella época está repleto de ciclistas desposeídos de sus resultados o sospechosos de haber participado en una u otra trama de dopaje (Floyd Landis, Aleksandr Vinokúrov, Jan Ullrich, Tyler Hamilton...). La cultura de las transfusiones y las sustancias no permitidas para mejorar el rendimiento se había impuesto en los equipos ciclistas y muchos corredores lo veían como algo cotidiano, sin mayor importancia.

España no fue, ni mucho menos, ajena a todos estos problemas. De hecho, algunos de los más brillantes ciclistas españoles de su generación estuvieron salpicados de una forma u otra por alguna causa de dopaje. Alberto Contador, cuando estaba en su apogeo, tras haberse impuesto con el *maillot* amarillo tres veces en los Campos Elíseos, perdió el Tour 2010 y el Giro 2011 tras haber dado positivo en clenbuterol, una sustancia broncodilatadora no permitida por la UCI y la Agencia Mundial Antidopaje y que el organismo no genera de manera endógena, en una muestra de orina recogida en aquella ronda francesa. Esto supuso una sanción de dos años, con seis meses sin competir —tras la cual ganó su segunda Vuelta a España—. El desprestigio por parte de ciertos sectores no cesó desde entonces. Alejandro Valverde, por su parte, también tuvo que cumplir una sanción de dos años de suspensión (2010-2012) por su implicación en la mayor trama de dopaje descubierta en España: la Operación Puerto. Esta red de dopaje estaba dirigida por el doctor Eufemiano Fuentes y se extendía a deportistas de diferentes modalidades. Sin embargo, la diana judicial y mediática fue el ciclismo, con multitud de corredores implicados, aunque muchos no llegaron a salir a la luz y tampoco hubo condena en firme para muchos otros por la tardanza en la presentación de las pruebas, únicamente para Jan Ullrich, Ivan Basso, Michele Scarponi, Jörg Jaksche, Giampaolo Caruso y el propio Valverde, por haber encontrado bolsas de sangre que coincidía con la de los corredores. Aunque no pudo probarse que ‘el Bala’ usase esa sangre refrigerada, él siempre defendió su inocencia y tras su retorno se convirtió en un ciclista aún más brillante que antes de la suspensión, el fantasma del dopaje tampoco abandonó en ciertos círculos al murciano.

8. 4. 2. Limpieza del deporte y secuelas del desprestigio en medios y público

Todo ello había estallado en un momento en que el ciclismo español estaba en la cresta de la ola, con el propio Contador como dominador de su generación en el *Tour de France* y habiendo ganado las tres grandes vueltas, y con Valverde brillando en casi cualquier terreno. La imagen del ciclismo quedó dañada internacionalmente; durante un tiempo ocupó más espacio del habitual en los medios por los diferentes casos e

investigaciones abiertas y sus sentencias; y en España ocurrió algo similar. El deporte patrio se sobrepuso gracias a dos factores. Por una parte, los éxitos que la mejor generación del ciclismo español siguió cosechando en los años siguientes, con épicos duelos entre Contador, Valverde y Purito Rodríguez en La Vuelta y la importante presencia de estos tres corredores en tantas y tan importantes pruebas del calendario internacional, todo ello culminado con el triunfo de Alejandro Valverde en el Mundial de Innsbruck-Tirol 2018. Y, por otro lado, la durísima labor ejercida por la Unión Ciclista Internacional y los propios ciclistas para recuperar la limpieza en el deporte y convertirlo en la más transparente de cuantas disciplinas deportivas existen en la actualidad.

Juan Mari Guajardo tiene una opinión clara al respecto: «El ciclismo ha sido el único deporte, y lo recalco, el único deporte que, por la limpieza, por erradicar el dopaje, que es algo que forma parte de la vida, que es muy difícil de eliminar, ha sido capaz de llevarse por delante a sus héroes, a sus deportistas. Todos ellos son conscientes de que esta dinámica que se estaba llevando en los últimos años no era la mejor y, desde los mismos ciclistas, parte de su sueldo lo están destinando a la lucha contra el dopaje. Desde los propios equipos, desde la UCI, desde las casas, los organizadores, que pagan un montón de dinero para la lucha contra el dopaje, ellos han sido los que le han dado la vuelta desde dentro, y la tendencia ha cambiado completamente en los últimos años». En efecto, el ciclismo es el deporte en el que más controles se realizan actualmente para garantizar que se cumplen las normas, lo cual recalca Óscar Pereiro, ganador del Tour 2006 precisamente tras la descalificación por dopaje de Floyd Landis, en una entrevista para *EL MUNDO* el 17 de julio de 2019: «Se han cometido errores y hay mucha gente fuera del ciclismo, y hace años que se ha tomado la dirección correcta. Espero que la UCI proteja su deporte. Yo siempre he dicho que el ciclismo es uno de los deportes que más se controla, uno de los más sanos, y de los pocos en el que el propio deportista cede parte de su sueldo para que le controlen». Un mal que, ni mucho menos, es exclusivo del ciclismo, como cabe recordar.

Sin embargo, todos estos esfuerzos que han hecho del ciclismo, en líneas generales, un deporte concienciado con el juego limpio y las buenas prácticas no han conseguido borrar del imaginario colectivo las tinieblas de un pasado muy reciente aún en el que, para muchos, el deporte entero sistemáticamente infringía las reglas. De hecho, más de uno y de dos sigue pensando que aún hoy hay tramas cuyos tentáculos alcanzan a todos los equipos e instituciones ciclistas, por lo que todo lo que hagan está desacreditado para ellos. En las mismas declaraciones, Pereiro comentaba que «siempre sale el tema. Es algo que nunca se va a olvidar. Es una mancha, por mucho que hagas la marca la vas a tener», algo en lo que coincide Guajardo: «Cuesta mucho que el público en general se dé cuenta del trabajo, del esfuerzo del ciclismo por limpiar su imagen».

El porqué de esta situación se comprende perfectamente cuando ciertos medios de comunicación que apenas dedican líneas o minutos al ciclismo sí lo hacen cada vez que algún corredor es sancionado o descubierto con alguna sustancia no permitida o alguna práctica de dudosa legalidad. Conviene recordar llegado este punto unas declaraciones de Cubero citadas anteriormente: «Muchas veces [los medios de comunicación] aprovechan precisamente los casos de dopaje para hablar de ciclismo en vez de las victorias». Los medios incluyen esto en su agenda porque vende, porque a los consumidores nos gusta el morbo, y olvidan —o no les importa mucho— que, el hecho de que las únicas noticias sobre ciclismo que llegan a cierta parte del público (a quienes no son grandes aficionados a este deporte) sean sobre desgracias,

dopaje y suspensiones provoca que la imagen que esas personas tendrán del ciclismo no puede ser otra sino negativa y distorsionada, que piensen que todos los ciclistas son Lance Armstrong y que no hay ciclismo sin dopaje. «Cuando salió el Kern Pharma, el titular de un periódico —no el de la portada, sino el titular de la noticia— era algo así como *Mil pastillas y un equipo*. Como Kern Pharma es una farmacéutica, pues pusieron ese titular. Y pensé: “¡Madre mía, qué mala idea!”, porque la gente lo va a identificar con algo relacionado con el dopaje. Y no es más que un equipo patrocinado por una farmacéutica, pero aprovechan para andar con esos temas». Cubero se refiere a un reportaje breve publicado en *EL PAÍS* el 20 de enero de 2020 (la noche antes en la edición digital) en el que, bajo el título «100 millones de pastillas, 14 ciclistas y un sueño» se hablaba del surgimiento del equipo continental Kern Pharma. El contenido del mismo era francamente completo, escrito por todo un experto en la materia, Carlos Arribas, y en absoluto fomentaba la imagen de un deporte vinculado al dopaje ni a nada similar, pero quien se quedase solo con el titular —que, por desgracia, suele ser una parte considerable de los lectores— podría llevarse una impresión errónea y negativa acerca del nuevo conjunto navarro y del ciclismo en general.

La del ciclista de Baena no es, ni mucho menos, la única voz crítica con los medios en este aspecto dentro del pelotón. En palabras de Pereiro para otra entrevista en *El Chiringuito*, en junio de 2019, «el ciclismo ha estado, de alguna manera, maltratado en los medios de comunicación. Nos han apuntado a dar y nos han hecho mucho daño. Pasas de ser un luchador, un guerrero, el deportista más sufridor del mundo, a ser un drogadicto, prácticamente». Ciclistas en activo como el tetracampeón del Tour, Chris Froome, sienten que esa lacra aún los persigue a cada paso que dan. En un encuentro en *Instagram Live* a principios de mayo de 2020, el ciclista del INEOS, que fue investigado, pero no sancionado por un caso de positivo en salbutamol en 2017 que usa para controlar su asma, reconoció sobre la era Armstrong que «todavía tenemos que justificarnos. Han pasado al menos quince años y aún seguimos hablando de eso. Esa época hizo mucho daño al deporte, pero creo que ahora hemos pasado página. No creo que hubiera ganado cuatro *Tours de France* si la cosa no hubiera cambiado». En la misma charla por *Instagram Live* habló de lo complicado que resulta superar la negatividad que produce el hecho de que haya un sector de escépticos que pongan en duda cada cosa que hace y que siempre hagan las mismas preguntas, concluyendo con que lo único que pueden hacer los ciclistas es seguir adelante.

Como estamos viendo, este fantasma ha hecho que parte de la afición desconfíe sistemáticamente y se dedique a cuestionar todos los buenos resultados de algunos ciclistas, pero también puede haber contribuido a la pérdida de interés del sector del público seguidor del deporte en general menos aficionado al ciclismo en concreto. Hablamos de los telespectadores, oyentes, etc. del Tour y la Vuelta que siguen estas dos grandes pruebas por entretenimiento o por ver alguna competición deportiva cualquiera más que por otra cosa. Si bien la mayor parte de los seguidores más o menos fieles del ciclismo permanecen —e incluso crecen—, el desprestigio del dopaje ha supuesto la disminución de la cantidad de espectadores casuales. También así lo han percibido los ciclistas andaluces. Cubero está convencido de ello: «El dopaje ha echado para atrás del mundo del ciclismo a bastante gente». Frente a esto, y en aras de la recuperación progresiva del prestigio del deporte que, en efecto, se va dando a medida que va pasando el tiempo, el periodismo más comprometido no oculta el tema del dopaje como el tabú de una época negra que hay que guardar en el cajón del olvido, sino como un momento malo para el ciclismo que, a gran escala, ya ha pasado, y

que, como con todas las desgracias pasadas, hay que entender y recordar para no volver a caer en él. Todo ello sin estigmatizar el deporte ni crear la imagen equivocada de que en la actualidad siguen siendo numerosos los casos de dopaje que salen a la luz en todas las estructuras. No obstante, ya sabemos que los medios españoles, especialmente cuando de información deportiva y televisiva se trata, tienden en muchos casos al amarillismo, por lo que es probable que esta visión sesgada de la relación entre ciclismo y dopaje se mantenga aún durante cierto tiempo.

8. 5. EL CICLISMO EN LOS NUEVOS FORMATOS Y LAS REDES SOCIALES

La revolución digital, el auge de las redes sociales y la proliferación de todo tipo de medios en Internet han propiciado la aparición de espacios de información y foros de opinión dedicados a prácticamente cualquier tema. Muchos de ellos no tenían cabida —y, de tenerla, era residual o no tan amplia como sus seguidores desearían— en los medios convencionales. Es por ello por lo que Internet y todas las posibilidades que de ahí han surgido han supuesto una ventana para que todo el mundo pueda consumir información, entretenimiento y contenido en definitiva de cualesquiera que fueren sus intereses. También le ha ocurrido al mundo del ciclismo, y sus integrantes son conscientes, como comenta Jorge Cubero: «Ahora, por suerte, con todas las redes sociales, la tendencia va siendo a informarse más por ahí, por redes sociales, Internet u otro tipo de vías antes que por los medios convencionales. Eso hace que te aisles un poco más en tu mundo y que cada uno vea más noticias de ciclismo o de lo que le interese». Un deporte tan amplio, con tantas competiciones entre enero y octubre, y que tiene una afición acérrima —como también la hay en el fútbol o el baloncesto, pero menos numerosa y conocida— pero que no acaba de encontrar el hueco diario que esa afición reclama, ha encontrado en la red el lugar perfecto para desarrollarse.

Hay múltiples páginas web deportivas, algunas con un alcance colosal y otras más modestas, pero la mayoría de las que no se centran en uno en concreto tienen una sección de ciclismo. Además, no son pocos los portales de información españoles sobre el deporte de la bicicleta; desde webs de revistas de referencia con décadas a sus espaldas (*CICLISMO A FONDO*) a otras que han alcanzado una gran relevancia (*Ciclo21*, *EsCiclismo*, *Zikloland*) o cuentas en las redes sociales dedicadas al ciclismo procedentes de otros diarios o espacios radiofónicos (*AS ciclismo*, *COPEdaleando*). Precisamente en redes como Twitter o Facebook se ha creado una comunidad de usuarios y cuentas que opinan con frecuencia sobre las competiciones, realizan análisis sobre las mismas, comparten imágenes o documentos históricos sobre el deporte y que, en definitiva, hablan de ciclismo y lo divulgan a través de la red. Cubero, que se mueve en estos círculos, señala el gran valor que tiene que el ciclismo esté tan vivo y en movimiento en Internet: «Hay muchísimas páginas y cuentas diferentes dedicadas al ciclismo. Se le da más bombo al tema y, al final, se crea afición sí o sí. Hacen que la gente se interese por ello, aunque no sea su prioridad».

También es muy destacable el aumento notable tanto en calidad como en cantidad de los espacios sobre ciclismo dentro del cada vez más exitoso fenómeno *podcast* (los hay para todos los gustos, desde los más afianzados como *A la cola del pelotón* o *El maillot* hasta otros recientes que se van abriendo hueco, como *Ataque peseta*, *Primera categoría* o *El coche escoba*). Todo esto se ve reforzado por la cantidad de material audiovisual que circula por la web, accesible para cualquier aficionado o curioso que quiera volver a ver una carrera mítica,

escuchar las narraciones de aquel momento o leer las crónicas al respecto. El mundo del ciclismo ha roto todas las fronteras gracias a Internet, conectando a los aficionados de diferentes lugares y creando variados, innovadores e interesantes proyectos destinados a cubrir la demanda informativa sobre el deporte de la bicicleta y a que, poco a poco, el grueso de público de las carreras ciclistas no solo no disminuya, sino que se afiance y amplíe.

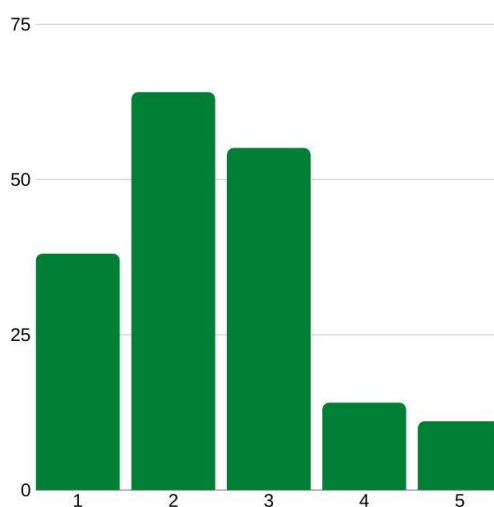
8. 6. RESULTADOS DE LA ENCUESTA SOBRE LA PERCEPCIÓN DEL CICLISMO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ACTUALIDAD

En la encuesta que hemos difundido sobre diversos aspectos de la Vuelta a Andalucía y el ciclismo en España, de la cual ya hemos compartido algunas respuestas, también se realizó una serie de afirmaciones relativas a los factores que influyen en la relación entre el ciclismo y los medios, los que se han venido detallando en las páginas anteriores. A continuación, mostramos las respuestas de los 182 participantes en el formulario con su aprobación o rechazo a estas afirmaciones (significando el valor 1 «completamente en desacuerdo» y el 5 «completamente de acuerdo»). Curiosamente, en líneas generales coinciden con los resultados obtenidos en nuestra reflexión, si bien hay parte de los participantes que no termina de tener una opinión clara al respecto en varias cuestiones.

En primer lugar, se planteó la cuestión más global, en torno al espacio que tiene el ciclismo en los medios de comunicación. La mayoría de los encuestados no creen que este sea muy amplio: 102 está en desacuerdo o completamente en desacuerdo con la afirmación de que se le da mucha cobertura mediática (56%), mientras 55 de los encuestados (30,2%) no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Gráfico 6. Resultados de la encuesta sobre la cobertura mediática del ciclismo

El ciclismo es un deporte al que se le da mucha cobertura en los medios de comunicación

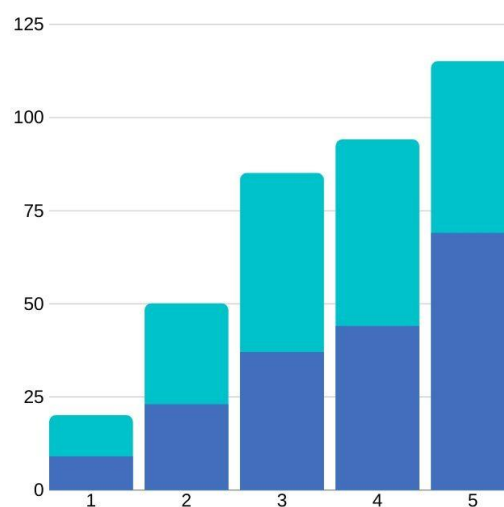


Fuente: elaboración propia

La hegemonía del fútbol en los medios de comunicación y el público es percibida de forma desigual entre los participantes. De esta forma, sobresale claramente la opinión de que el periodismo solo dedica atención a otros deportes cuando hay algún español en lo más alto, con 69 personas completamente de acuerdo (37,9%). Esta impresión baja cuando nos referimos a los aficionados, con 46 (25,3%), y aumenta la indecisión, con 48 (26,4%). No obstante, la percepción general también da por buena la idea de que estos necesitan deportistas nacionales disputando las competiciones para mostrar interés por las mismas.

Gráfico 7. Resultados de la encuesta sobre la importancia de que haya españoles disputando

Exceptuando el fútbol, el periodismo (azul) / los aficionados (azul claro) de España prestan atención al deporte solo si hay españoles en lo más alto

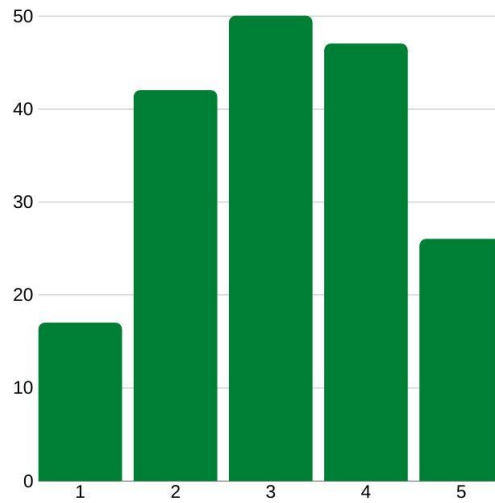


Fuente: elaboración propia

El debate que sí está bastante abierto para los encuestados es el que trata sobre si, tras la retirada de Alberto Contador y el Mundial conquistado por Alejandro Valverde, al haberse reducido las victorias españolas en la élite del ciclismo, ha disminuido la cantidad de información sobre ciclismo en los medios. De hecho, la opción más escogida es la equidistancia, con 50 encuestados (27,5%).

Gráfico 8. Resultados de la encuesta sobre el descenso de las informaciones sobre ciclismo

Desde la retirada de Contador y el Mundial de Valverde, veo menos información sobre ciclismo en los medios

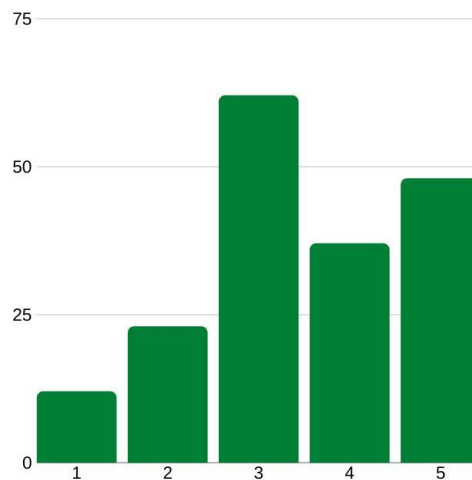


Fuente: elaboración propia

Por último, en cuanto al dopaje y su efecto negativo en el ciclismo para la opinión pública y el espacio del mismo en los medios, es mayor la impresión de que, en efecto, esta lacra ha repercutido en el prestigio e interés del ciclismo tanto para el público como para la prensa, con 85 encuestados de acuerdo o muy de acuerdo (46,7%). Sin embargo, la opción mayoritaria es la de los participantes que no están de acuerdo ni en desacuerdo, 62 (34,1%).

Gráfico 9. Resultados de la encuesta sobre los efectos del dopaje en el público y los medios

El dopaje ha casado estragos en la opinión pública y el interés mediático sobre el ciclismo



Fuente: elaboración propia

9. CONCLUSIONES

A lo largo de este Trabajo de Fin de Grado hemos estudiado diferentes aspectos relacionados con la Vuelta a Andalucía y la atención mediática al ciclismo en España. Estos nos han permitido aproximarnos bastante a la situación en la que se encuentran gracias a casos prácticos, espacio en prensa, cifras de audiencia y testimonios de personas muy vinculadas al mundo de la bicicleta.

En primer lugar, el recorrido histórico por la Ruta del Sol desde su creación nos ha demostrado la relevancia de la carrera durante todas sus décadas de vida, las dificultades por las que ha pasado debidas, en parte, a la falta de apoyo, aquellos rasgos que la han caracterizado y la siguen caracterizando y aquellos en los que ha sido pionera (como el salto al Estrecho para llegar a Ceuta, la entrada en Gibraltar o la reducción de corredores en aras de que participen más equipos diferentes y la carrera esté más abierta). La ya dilatada historia de la Vuelta a Andalucía, culminada con su gran estado de salud en lo deportivo, como queda recogido en este trabajo, debería ser motivo de sobra para que las instituciones andaluzas y las distintas entidades de todo tipo apostasen por la carrera y la hicieran despegar económicamente para poder realizar todos los proyectos que tiene para el presente y el futuro —de los cuales nos ha hablado su director, Joaquín Cuevas— y para ser reconocida como merece dentro de nuestras fronteras.

El sumergimiento en la cobertura mediática que tiene la ronda andaluza nos deja varias conclusiones, alguna de las cuales ya fue comentada en su apartado correspondiente. Por un lado, es remarcable el esfuerzo y trabajo de la organización de la carrera en las últimas dos décadas por conseguir una difusión televisiva digna y amplia, que llegase a todos los rincones posibles, algo que ha conseguido, ya que las retransmisiones en directo llegan a más de 180 países en la actualidad. Curiosamente, donde más ha costado introducir estas emisiones —aunque finalmente se ha logrado— ha sido en la propia televisión regional andaluza, Canal Sur, lo que no es sino un ejemplo de eso mismo que el director ya adelantaba y que incluíamos en la hipótesis del trabajo: los medios regionales y locales no tienen toda la conciencia que cabría esperar sobre la relevancia de la Ruta del Sol.

Esto se acentúa con el análisis del seguimiento de la carrera en la prensa local andaluza. Si bien en la edición de 2020 ha sido amplio el abanico de cabeceras que han recogido información acerca de la Vuelta a Andalucía durante la semana de carrera (hasta 17 coincidieron el día siguiente al término de la misma), en algunos casos esta es bastante leve y cuando ocupa un mayor espacio suele deberse más a criterios geográficos que deportivos. No obstante, y aunque aún se pueden y deben alcanzar cotas más altas para llegar al nivel de relevancia que la Vuelta tiene en sus días de celebración, la evolución es positiva, con esa mayor variedad de diarios y el mantenimiento de los que llevan ya muchos años cubriendo la ronda andaluza (como *CÓRDOBA* o *SUR*). Son los medios de comunicación los que, otorgando una determinada importancia o hueco a los acontecimientos, trasladan esa consideración al público. No es casualidad que las provincias de Córdoba, Málaga, Granada o Jaén sean las que presentan una mayor afición al ciclismo y también, casualmente, en las que más espacio le dedican sus diarios al deporte de la bicicleta desde hace años. Del mismo modo, tampoco es una coincidencia que sean estas provincias las que mayor apoyo han dado

y siguen dando a la carrera en forma de patrocinios, a través de instituciones como la Diputación de Jaén o de los propios diarios, como es el caso de *CÓRDOBA*, cuya publicidad estaba presente en la Vuelta a Andalucía y la de esta en las páginas del periódico Cuando el medio es partícipe del evento deportivo, la presencia del mismo en sus páginas está asegurada.

Al pasar de lo concreto a lo general, los rasgos influyentes en el espacio y el trato que se da al ciclismo en los medios de comunicación españoles, terminamos con la confirmación de varias ideas que teníamos anteriormente, las cuales afectan negativamente al correcto desarrollo del deporte en la prensa y contribuyen a la ignorancia o el desinterés: primero, el predominio de la información (y más aún del infoentretenimiento) sobre fútbol, especialmente en televisión, por los derechos de emisión de los partidos y las altísimas cifras de audiencia que estos arrojan, en detrimento del resto de deportes. También el rastro que el dopaje aún deja en el ciclismo, un rastro que muchas veces los medios se encargan de iluminar y aumentar con todo tipo de focos por puro sensacionalismo, del que los ciclistas son conscientes; y el resultadismo de la sociedad española y sus medios de comunicación, lo que implica que la atención mediática crezca de forma puntual en las grandes victorias nacionales, así como cuando destaca algún campeón, para diluirse el resto del tiempo.

Sin embargo, no puede decirse en absoluto que el público no tenga interés por el ciclismo. La afición sigue respondiendo a las grandes citas, como comentan nuestros entrevistados, y como queda respaldado por varios factores que están en plena efervescencia actualmente: por un lado, el cariño y la admiración que siguen despertando, lejos de caer en el olvido, los ciclistas históricos que tantas alegrías han dado a los espectadores. Prueba de ello son las cifras de audiencia de Teledeporte durante la crisis del coronavirus, a pesar de emitir etapas de hace años, incluso décadas. Y también el vasto repertorio de cuentas en redes sociales, páginas web, canales de YouTube y programas de radio o *podcast* que han surgido en los últimos años con una importante aceptación para crear una comunidad fiel de amantes del ciclismo en Internet.

Por todo ello, queda patente que, aunque el ciclismo en general y la Vuelta a Andalucía en particular tienen menos espacio y atención en los medios nacionales y locales del que por su magnitud y seguidores correspondería, en algunos ámbitos, como el digital o el internacional, sí que han conseguido encontrar un hueco desde el que seguir creciendo y alcanzando metas. Para finalizar, nos quedamos con un testimonio de Joaquín Cuevas que resume y condensa perfectamente cómo el reconocimiento llega muchas veces antes desde el extranjero que desde dentro del país o la región, y cómo la Vuelta a Andalucía y los aficionados del ciclismo se ven obligados a tirar de ingenio y buscar nuevas vías y formatos para poder crecer: «Ya que no nos lo dan aquí, pues nos vamos fuera».

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

10. 1. LIBROS

SANTIESTEBAN DEL HOYO, A: (1997). *Historia de la Vuelta ciclista a Andalucía: Ruta del Sol*. Málaga: Junta de Andalucía. Consejería de Turismo y Comercio.

SEGUROLA, S. (2012): *Héroes de nuestro tiempo: 25 años de periodismo deportivo*. Barcelona: Debate.

10. 2. CAPÍTULOS DE LIBROS

BERMEJO, J. (2013): «30 años de información deportiva». En: DE LA CRUZ VÁZQUEZ, J.: *30 años de deporte en Andalucía (1982-2012)*. Granada: Wanceulen. Pp. 489-555.

10. 3. ARTÍCULOS

ROJAS TORRIJOS, J. L. (2012): «La preeminencia del fútbol en la parrilla televisiva. Derechos de emisión y criterios mercantilistas en la selección de las noticias deportivas». En: *Prensa y periodismo especializado (historia y realidad actual)*, V Congreso Internacional (FERNÁNDEZ SANZ, J. J., RUBIO MORAGA, A. L. y SANZ ESTABLÉS, C.). Guadalajara: Asociación de la Prensa de Guadalajara, pp. 301-310.

10. 4. DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

ARRIBAS, C. (2010): «100 millones de pastillas, 14 ciclistas y un sueño». *EL PAÍS*. [En línea] https://elpais.com/deportes/2020/01/19/actualidad/1579445910_726360.html [Capturado: 16 de mayo de 2020]

Challenge Vuelta a Sevilla: «Antonio Gómez del Moral». [En línea] <http://vueltasevilla.com/carrera/antonio-gomez-del-moral/> [Capturado: 16 de mayo de 2020]

CORTÉS, S. (2003): «Historia de una vida». *CÓRDOBA*. [En línea] https://www.diariocordoba.com/noticias/deportes/historia-vida_41569.html [Capturado: 20 de marzo de 2020]

DE LA CRUZ, J. F. (2018): Hilo divulgativo sobre la Vuelta ciclista a Andalucía. Twitter. [En línea] <https://twitter.com/juanfdelacruz/status/961184990565462017?s=20> [Capturado: 14 de marzo de 2020]

DE LA CRUZ, J. F. (2020): «"La rueda de la mentira": Lance Armstrong, un mito, para lo bueno y para lo malo». Zikloland. [En línea] <https://www.zikloland.com/la-rueda-la-mentira-lance-armstrong-mito-lo-bueno-lo-malo/> [Capturado: 25 de abril de 2020]

EL CHIRINGUITO (2019): «Óscar Pereiro: "El ciclismo ha estado maltratado en los medios de comunicación, se ha hecho mucho daño"». La Sexta. [En línea] https://www.lasexta.com/noticias/deportes/ciclismo/video-oscar-pereiro-ciclismo-maltratado-medios-comunicacion_201906205d0b40e50cf201155054758d.html [Capturado: 25 de abril de 2020]

IDEAL (2005): «Quinto éxito andaluz y tercero nazarí». *MyNews*. [En línea] <http://us.mynews.es.us.debiblio.com/hu/document/IDE200502180123/> [Capturado: 2 de mayo de 2020]

LA OPINIÓN DE MÁLAGA (2010): «Málaga acogerá la contrarreloj de la Vuelta a Andalucía». [En línea] <https://www.laopiniondemalaga.es/todo-deporte/2010/01/26/malaga-acogera-contrarreloj-vuelta-andalucia/317379.html> [Capturado: 2 de abril de 2020]

LA RAZÓN (2015): «Simeone: "Vivimos en un mundo resultadista"». [En línea] <https://www.larazon.es/deportes/futbol/simeone-vivimos-en-un-mundo-resultadista-LK9792490/> [Capturado: 16 de mayo de 2020]

MANQUEPIERDA (2017): «Vuelta ciclista a Andalucía 1925. La aportación del Betis». [En línea] <https://www.manquepierda.com/historiarealbetis/vuelta-ciclista-andalucia-1925-la-aportacion-del-betis/> [Capturado: 3 de marzo de 2020]

MARCA (2009): «La Vuelta a Andalucía llegará por primera vez a Gibraltar». [En línea] <https://www.marca.com/2009/12/13/ciclismo/1260728953.html> [Capturado: 2 de abril de 2020]

MARCA (2020): «Chris Froome: "Los ciclistas todavía nos estamos justificando por lo de Lance Armstrong"». [En línea] <https://www.marca.com/ciclismo/2020/05/03/5eaed4d7268e3e65538b45a8.html> [Capturado: 3 de mayo de 2020]

MARTÍN, C. (2014): «Ricardo Montero, vencedor de la polémica I Vuelta a Andalucía». CHAPINA. [En línea] <https://institucional.us.es/chapina/?p=1135> [Capturado: 25 de febrero de 2020]

NAVARRO, F. (2019): «Lance Armstrong, se confiesa: "Nunca me arrepentiré de haberme dopado, lo volvería a hacer». *EL ESPAÑOL*. [En línea] https://www.elespanol.com/deportes/ciclismo/20190524/lance-armstrong-confiesa-nunca-arrepentire-haberme-dopado/400960198_0.html [Capturado: 25 de abril de 2020]

PLANETA CICLISMO (2014): «Historia de la Vuelta Andalucía». [En línea] <https://www.planetaciclismomagazine.com/historia-de-la-vuelta-andalucia/> [Capturado: 3 de marzo de 2020]

Repotero olímpico (@*repor_olimpico*) (2020): Análisis del número de días que se ha hablado de cada deporte en el informativo de TVE en 2020. Twitter. [En línea] https://twitter.com/repor_olimpico/status/1213137487331307526?s=20 [Capturado: 4 de mayo de 2020]

ROMERO, A. (2019): «Óscar Pereiro: “Los ciclistas que se doparon y lo admiten ahora son unos egoístas”». *EL MUNDO*. [En línea] <https://www.elmundo.es/deportes/ciclismo/tour-de-francia/2019/07/19/5d3095e5fdddf420f8b47af.html> [Capturado: 23 de abril de 2020]

Vuelta a Andalucía: «Historia». [En línea] <http://vueltaandalucia.es/historia/> [Capturado: 14 de marzo de 2020]

Vuelta ciclista a Andalucía: «Hoy recordamos la II Vuelta a Andalucía de 1955. 60 ediciones y 90 años de historia». Facebook. [En línea] <https://es-es.facebook.com/vueltaandalucia/photos/hoy-recordamos-la-ii-vuelta-a-andalucia-de-195560-ediciones-y-90-años-de-histori/775739839118183/> [Capturado: 14 de marzo de 2020]

11. ANEXO

11. 1. ENTREVISTA A JUAN MARI GUAJARDO

***Speaker* oficial de la Vuelta a Andalucía y la Vuelta a España**

Juan Mari Guajardo (Alsasua, 1975) es la voz más icónica del ciclismo español, ya que ocupa desde hace más de dos décadas el puesto de *speaker* de la mayoría de carreras de un nivel u otro dentro del territorio nacional. Entre ellas, la Ruta del Sol y la Vuelta a España, por lo que conoce de primera mano el calor de la afición y los medios.

¿Nota alguna diferencia entre la Vuelta a Andalucía de sus primeros años como *speaker* y la actual?

Sí, se nota mucho la evolución. A nivel técnico, todas las infraestructuras, las comunicaciones, el sonido, un montaje y desmontaje mucho más rápido por aquello de llevar los camiones... todo el tema de infraestructuras ha mejorado mucho. Y sí, hombre, el tema de redes sociales, que era algo impensable cuando yo empecé con la Vuelta a Andalucía, e incluso la cobertura móvil para saber exactamente por dónde va la carrera. Ahora, a través de las redes sociales y la televisión puede seguirse perfectamente en tiempo real cómo va la carrera. Y no solo en cuestiones técnicas: esa animación por parte del público, que es muy importante, ha ido fluctuando. Tuvo su época en que había muchísimo público, luego decayó un poquito, pero en los últimos años hemos visto nuevamente cómo el público regresa y hay mucha gente en las salidas y las metas de la Vuelta a Andalucía.

En relación a eso que ha comentado del público, quizá dependa también del horario y de las etapas que se disputan entre semana, pero hay veces que algunas salidas de etapa se ven algo desangeladas. ¿Cómo cree que responde la afición a la carrera?

Yo no lo veo mal. Es cierto que ha habido épocas mejores. El tirón que podía tener en su época Perico Delgado o Miguel Indurain se nota en la afición. Ojo, que en los últimos años hemos tenido a Alberto Contador, también a Chris Froome, una participación muy buena que lleva más público a las salidas y las metas. Luego, en ese aspecto influyen muchas cosas. Como has dicho tú, empezando por los horarios. Hay veces que la Vuelta a Andalucía termina a las cuatro de la tarde, que no es la mejor hora, pero también hay que tener en cuenta la luz. Después, en la Plaza de España de Sevilla, para la salida de la etapa, cuando el control de firmas empieza a las nueve de la mañana quizá tampoco sea lo mejor. Ahora se necesita mucha más infraestructura, más espacio para las salidas y las metas, porque ahora vienen 22 equipos y cada uno con su autobús y sus coches. Antes venían prácticamente con los coches y algún autobús de algún equipo. Por tanto, la infraestructura era mucho menor y la organización de las salidas y las metas era más fácil. Ahora la exigencia es mucho mayor por parte de los organizadores. Y eso influye a la hora de la cercanía del público. Pero ya te digo que la Vuelta a Andalucía no es una de las carreras en las que menos público he visto. Hay un buen ambiente que más o menos se va manteniendo en los últimos años.

No sé si estará al tanto ni si durante los días de la carrera podrá leer o consumir tanto la prensa local como la deportiva en general para darme una valoración de cómo es la cobertura que dan los medios de comunicación a la Vuelta ciclista a Andalucía.

A ver, en radio hay dos o tres emisoras que hacen retransmisiones en directo de las etapas, lo que está muy bien. Claro, la época dorada de la radio en las vueltas ciclistas fue cuando iban con sus helicópteros, que lo daban en las principales cadenas, y eso ya no se da ni en el Giro, ni en el Tour ni en la Vuelta, porque se ha reducido muchísimo. En ese aspecto, regresar a aquello sería lo ideal pero, como antes te apuntaba, tenemos ahora otro hilo, las redes sociales, que es donde ahora seguimos perfectamente cómo va la carrera. Yo creo que la información se sigue manteniendo. Ha evolucionado la información. Y Andalucía es muy grande, y acaparar con un medio de comunicación o con diferentes cabeceras la Vuelta a Andalucía es complicado. A mí me suele gustar echar un vistazo a la prensa local allá donde voy, cuando pasamos por Sevilla, por Granada, y su página suele tener la carrera.

Y lo más importante que ha conseguido Joaquín Cuevas en los últimos años es tener a Eurosport en directo. Eso, para mí, es algo imprescindible porque le da la cobertura internacional. Antes era más local, la información llegaba a través de TVE, de Teledeporte, pero no existían esas cadenas a nivel internacional. Gracias a Eurosport, que es algo que tenemos que valorar de verdad lo que supone, se proyecta la imagen de Andalucía para todo el mundo. ¡Y en el mes de febrero! Hablas con ciclistas rusos, con ciclistas belgas, holandeses, y te dicen que para ellos es un privilegio poder dar las primeras pedaladas de la temporada en la Vuelta a Andalucía. Independientemente de que en la Vuelta a Andalucía hemos pasado a veces mucho frío, es verdad, pero nunca lo podremos comparar con el frío que hará en Rusia, Bélgica u Holanda. Para ellos, ir acumulando kilómetros y calidad de competición es algo primordial, y ese es uno de los factores que hacen idónea la Vuelta a Andalucía, a principios de temporada, con esa buena organización y esa buena competición. y como te decía, tener a Eurosport en directo en los últimos años es un puntazo.

¿Tiene alguna anécdota o recuerdo de todos estos años como *speaker* de la Vuelta ciclista a Andalucía que se le venga ahora a la mente?

Lo de las anécdotas me suele costar. Tengo un recuerdo especial de un ciclista como Tom Boonen, que luego ha sido uno de los mejores en las clásicas de Flandes, París-Roubaix, etc. Tengo el recuerdo de verlo ganar en Córdoba en la Vuelta a Andalucía. Que creo, tirando de memoria, que fue su primera victoria como profesional en España. Luego llegó la victoria de etapa para él en la Vuelta a España, también en Córdoba, de hecho. Es uno de los ciclistas que en los últimos quince años ha sido de los que más han destacado en las clásicas y lo veíamos disputando la Vuelta a Andalucía. O, con anterioridad, Johan Museeuw, por ejemplo. Y luego, aquellos duelos de Alberto Contador con Chris Froome en los últimos años, que nos recordaban a etapas del Tour de Francia o la Vuelta a España, en Hazallanas, Huéjar Sierra o el final de etapa en La Guardia de Jaén. No sé si son anécdotas como tales, pero sí que son recuerdos especiales que yo guardo en el aspecto puramente deportivo.

¿Cómo percibe la evolución del ciclismo en España tanto a nivel competitivo como mediático y de público?

Bueno, yo creo que hemos vivido una generación espectacular, que aún sigue con Alejandro Valverde, pero que tuvo a Óscar Freire, que fue ganador de la Vuelta a Andalucía, con Joaquim «Purito» Rodríguez, con Alberto Contador... ha sido excepcional. Óscar Freire fue el que rompió esa tradición de tener solamente ciclistas españoles para correr las grandes vueltas. Él corrió y ganó Campeonatos del Mundo, Milán-San Remo... y cambió un poco la percepción de la importancia de las carreras de un día, las grandes clásicas. Es verdad que veníamos de la tradición de Perico Delgado y de Miguel Indurain, de ver cómo los ciclistas españoles solo y exclusivamente podían disputar carreras de tres semanas.

El abanico ha ido cambiando, también con corredores como Juan Antonio Flecha, por ejemplo, que fue de los que se dio cuenta de que las clásicas eran unos carrerones. Seguimos teniendo corredores de tres semanas como hasta hace dos días teníamos a Contador y todo apunta a que lo seguiremos teniendo con Enric Mas y Marc Soler, que, en principio, van a ser los que tendrán la voz cantante en los próximos años. En ese aspecto, el ciclismo español se sigue manteniendo en un altísimo nivel. Altísimo. Hace nada estábamos consiguiendo el reconocimiento de la Unión Ciclista Internacional como el mejor país a nivel mundial y estamos asistiendo a la globalización del ciclismo. Si hace veinte años era relativamente raro ver corredores estadounidenses, australianos e incluso británicos antes de la aparición del equipo SKY con Wiggins y Froome, ahora es lo más normal. Se han rejuvenecido muchísimo los ciclistas, vemos que muchos *juniors* pasan directamente al ciclismo profesional, y es una de las cosas que se perciben a nivel deportivo.

Seguimos teniendo un buen calendario, aunque es verdad que hace 15-20 años había casi el doble de carreras en España de las que hay ahora. Llegó la crisis de 2008 y se notó que todo eso bajó. En los últimos años veíamos que el camino volvía a ser ascendente, que se recuperaba, desde la Vuelta a la Comunidad Valenciana, se veía alegría en la Vuelta a Andalucía y la Vuelta a Murcia... pero ahora estamos nuevamente a la expectativa.

Y bueno, en cuanto al público, también ha habido altibajos. Yo soy de la opinión de que el público tiene que estar cerca de la carrera. Que los corredores tienen que estar muy próximos para que se puedan acercar, como estamos viendo en los últimos años en la Vuelta a España, que está acercando muchísimo al público en las salidas y las metas, prescindiendo de las vallas altas desde hace ya muchísimos años. Al fin y al cabo, el ciclismo es el único deporte en el que puedes tener a tus ídolos a unos metros. Es algo impensable en otros deportes, los puedes ver en las subidas, en las llegadas, en las salidas o los controles de firmas sin ningún tipo de dificultad. Y ya te digo, hubo altibajos en su día, pero llevamos una muy buena tendencia en los últimos años de tener cada vez más público en las carreras.

¿Cree que los escándalos de dopaje pueden haber causado estragos en el prestigio o incluso el interés del público por un deporte en el que ha estado tan volcada la afición española con tantas grandes estrellas desde Perico Delgado?

Ese asunto no ha sido nada beneficioso. Sin embargo, el ciclismo ha sido el único deporte, y lo recalco, el único deporte que, por la limpieza, por erradicar el dopaje, que es algo que forma parte de la vida, que es muy difícil de eliminar, ha sido capaz de llevarse por delante a

sus héroes, a sus deportistas. Todos ellos son conscientes de que esta dinámica que se estaba llevando en los últimos años no es la mejor y, desde los mismos ciclistas, parte de su sueldo lo están destinando a la lucha contra el dopaje. Desde los propios equipos, desde la UCI, desde las casas, los organizadores, que pagan un montón de dinero para la lucha contra el dopaje, ellos han sido los que le han dado la vuelta desde dentro, y la tendencia ha cambiado completamente en los últimos años.

Cuesta mucho que el público en general se dé cuenta del trabajo, del esfuerzo del ciclismo por limpiar su imagen. Que sigue costando, pero yo creo que ya en los últimos años, aunque es cierto que aún hay casos de dopaje, diría que es, con diferencia, el deporte más vigilado, comparado con cualquier otro deporte. El porcentaje de casos positivos es mínimo dentro del número de controles que se hacen, así que ole, por el beneficio que todo este esfuerzo da al ciclismo y al deporte en general. Y ojalá el resto de los deportes tomasen nota de lo que ha hecho y de lo que hace el ciclismo.

Precisamente ha hablado de cómo corredores como Óscar Freire han abierto la puerta a cambiar el formato de ciclistas que exportábamos desde España, únicamente vueltómanos. Pero es cierto que parte de la afición sigue focalizando solo en estos últimos, en figuras como Alberto Contador.

Claro, es la gran referencia por el Tour de Francia, el *Giro d'Italia* y la Vuelta a España. Ya te digo que España es, tradicionalmente, un país de Tour, Vuelta y Giro. Nos marcó en su día Bahamontes, nos marcó Ocaña, Ángel Arroyo, Perico Delgado, Indurain, Carlos Sastre... y ya luego Alberto Contador y Alejandro Valverde, que también fue ganador de la Vuelta y podio en el Tour y el Giro. Es algo que está marcado ahí. Al aficionado purista le gustan todas las competiciones y le gustan muchísimo las clásicas, pero luego está el público general, al que yo entiendo, porque las etapas de montaña de las grandes vueltas son espectaculares, y es comprensible que les llene o les atraiga más eso. Sobre todo cuando hay ciclistas españoles luchando, que es lo que en España mueve las audiencias.

En España somos muy resultadistas.

Claro, tenemos que tener una figura que esté disputando. Se ve con el tenis, cuando suben las audiencias con Rafa Nadal, y suben también las audiencias con el ciclismo si hay un español luchando por la victoria, que es normal, por otra parte. Ocurre también con Fernando Alonso y la Fórmula 1, estábamos todos locos. Sí, España necesita una figura, una referencia, alguna estrella que esté disputando la carrera para sintonizar la televisión, para que el deporte tenga muchísimo más seguimiento. Ojalá sigamos con esta tendencia aquí en España, y sigamos las carreras.

Cree entonces que hay una correlación entre el descenso de las audiencias cuando no hay españoles en escena, porque si no es así, las audiencias continúan creciendo incluso durante el confinamiento, con la redifusión de etapas antiguas en Teledeporte.

Sí, es por eso, porque nos gusta ver a los españoles ahí en la lucha. Eso es innegable. Lo que marca es el aspecto puramente deportivo, pero no creo que sea algo particular del ciclismo, es la forma de ser de los españoles: nos enganchamos a un deporte si tenemos un deportista nacional disputando la carrera, el torneo o lo que sea.

Estamos malacostumbrados también a brillar en multitud de disciplinas y deportes desde los Juegos de Barcelona.

Es que es verdad. Y en el ciclismo especialmente tenemos esa mala costumbre: hemos ido encadenando, generación tras generación, y otra más, y otra más, y cuando parecía que después de Indurain no iba a estar nadie, apareció Olano, y apareció el Chava, y estaba el uno, y estaba el otro, y normal, es que no hemos parado en los últimos 30-40 años con corredores disputando las pruebas de tres semanas. Eso es lo que ha marcado lo que has dicho. Si en España tuviésemos alguien que, claramente (aparte de Freire) en la actualidad, estuviese disputando la París-Roubaix, ojalá que sea Iván García Cortina en los próximos años, la gente verá la carrera, el pavés de la Guerra Mundial y alucinará con los caminos por los que meten a los ciclistas.

Yo creo que ese es uno de los atractivos que tiene hoy el ciclismo, que se sigue intentando promocionar la mundialización del ciclismo pero yo creo que el 90% sigue siendo un asunto europeo, de Italia, Bélgica, Países Bajos, Francia y España, que también considero que es uno de los cinco países de mayor tradición ciclista. Y ahí queda, con 75 ediciones y 85 años de La Vuelta que se van a celebrar este año, y que es una de las pruebas históricas del calendario internacional, y que son patrimonio de todos nosotros. O la Vuelta a Andalucía, con 66 ediciones. Imagínate el trabajo que hay detrás, de DEPORINTER con Luis Cuevas en su día, con Joaquín Cuevas hoy, que yo creo que es un trabajo que nos hace falta valorar, a la organización, a las autoridades andaluzas, a los medios de comunicación, al público de Andalucía... y lo hago extensivo a la Vuelta y a todas las carreras de España, que llevan una tradición y un trabajo detrás enormes. Al fin y al cabo, la Vuelta a Andalucía es la imagen de Andalucía para todo el mundo, y es algo que me gustaría que se valorase en su justa medida.

Eso es algo que nos caracteriza mucho a los españoles en general, el hecho de echarnos piedras en el tejado nosotros mismos.

Exacto. Siempre nos parece que lo que hay fuera es lo mejor, pero nos tenemos que dar cuenta de que tenemos un nivel organizativo excepcional. Los equipos ciclistas no van a encontrar un país con mejor red hotelera que España, ni en el Tour de Francia o el *Giro d'Italia*. Igual que tampoco podemos comparar los hoteles del Tour de los Alpes mediterráneos o la Ruta de Occitania con los de la Vuelta a Andalucía. Los hoteles que tenemos son de primerísimo nivel, y es verdad que todas estas cosas las agradecen y valoran más fuera, en el extranjero, que aquí en España o en Andalucía.

11. 2. ENTREVISTA A JORGE CUBERO

Ciclista profesional del Burgos-BH

Jorge Cubero (Baena, 1992) es un ciclista andaluz que corre en el equipo Pro Burgos-BH. Ha vivido de lleno la Vuelta a Andalucía desde dentro del pelotón y conoce bastante bien el estado actual de la carrera, pues lleva participando en ella desde 2016 ininterrumpidamente.

¿Cuál cree que es el estado de salud del ciclismo en Andalucía?

Creo que, actualmente, estaba creciendo con el equipo que se ha creado en Granada [el Manuela Fundación], pero faltan competiciones, faltan equipos de base, falta un equipo Profesional Continental que le dé más impulso a todo... Pero bueno, creo que este equipo que han sacado mejorará algo la situación. Antes el panorama era malísimo.

¿Se notó la desaparición del equipo Andalucía?

Sí, sí. Yo creo que se notó muchísimo. Ahí había una gran cantera de ciclistas andaluces que han dado mucha guerra, como [Javier Ramírez] Abeja, [Jesús] Rosendo... un montón de ciclistas. Con su desaparición se notó bastante tanto a nivel local como a nivel nacional la ausencia de este equipo y la falta de un equipo tan sólido como cantera profesional para los ciclistas andaluces.

Sin embargo, en los últimos dos años, aunque no hay una estructura en concreto que los acoja, se está viendo un repunte en la llegada a profesionales de ciclistas andaluces por un medio u otro. ¿Podría ser la tendencia o una señal de que se está recuperando poco a poco en Andalucía el ciclismo?

Hay muchos ciclistas que están saliendo adelante, pero al final lo están haciendo por sus propios medios, creo yo, más que por algún tipo de ayuda que haya. Pablo Guerrero, por ejemplo, que ha estado este año de compañero mío en el Burgos, ha llegado hasta ahí por su cuenta, nadie en el territorio andaluz ha ayudado a que ese hombre estuviese en el campo profesional. De hecho, tanto él como yo nos hemos formado en un equipo de Extremadura. Creo que ahora mismo está difícil hacerse un hueco en el ciclismo en Andalucía. Tampoco hay pruebas en Andalucía. Aparte de la Vuelta a Andalucía en profesionales, el calendario amateur hay muy pocas carreras, Torredonjimeno, Vuelta a Sevilla y poco más.

En profesionales es complicado tener más de una prueba, diría que con la Vuelta a Andalucía nos podemos dar con un canto en los dientes. Pero sí que es cierto que, en el terreno amateur, la responsabilidad de ofrecer un calendario más completo, ¿quién la podría tener, la Federación Andaluza de Ciclismo?

Pues sí, la Federación es quien debería buscar los municipios que se quieran implicar en y colaborar para organizar las pruebas ciclistas, que son un dilema económico grande. Es por eso que necesitan alguna localidad que quiera apoyar la carrera o parte de su financiación.

Ha disputado las últimas cinco últimas ediciones de la Vuelta ciclista a Andalucía, si no me equivoco. Le tendrá ya cierto cariño a la carrera.

La verdad es que sí. La Vuelta a Andalucía me hace especial ilusión, siempre lo digo, casi como la Vuelta a España. Son carreras totalmente diferentes, pero la Vuelta a Andalucía me hace una ilusión increíble. Además, siempre es bonito correr en casa.

¿Se nota especialmente el cariño de los aficionados corriendo en casa?

Sí que se nota, sí que se nota. Van más amigos a verte, siempre conoces a alguien en algún sitio, las carreteras te las conoces porque has corrido mucho por ellas de juvenil y de sub-23, o entrenando, y al final todo eso son cositas que se agradecen.

¿Cuál cree que es el impacto que tiene esta carrera, la más importante de Andalucía, en el público? ¿Es consciente de la magnitud de la misma tanto para el ciclismo regional como incluso en el panorama internacional?

Yo creo que, por desgracia, no. El ciclismo tampoco es un deporte que lo conozca muchísima gente. Lo conoce mucha gente, pero no sabe hasta qué punto llega la importancia de eventos como este. Yo creo que la mayor parte de los aficionados que siguen el deporte sí saben la importancia que tiene, pero después hay otra pequeña parte que no sabe el nivel que hay en la prueba. La pueden comparar con otra prueba de un nivel inferior al que tiene la Ruta del Sol.

¿Le parece buena la cobertura que se le da a la carrera desde los medios de comunicación? Tanto la prensa local, la radio o la televisión. Ya sabemos que Canal Sur la emite todos los años, ahora Eurosport también retransmite en directo la carrera...

Sí. De hecho, DEPORINTER se suele currar muchísimo lo que es la publicidad y el marketing. Lo tienen muy bien hecho. Siempre hacen vídeos promocionales bastante chulos... y creo que es algo que están cumpliendo y consiguiendo para que los medios se fijen en la carrera. Canal Sur retransmitiéndolo también es importante, porque pocas comunidades autónomas retransmiten desde sus cadenas públicas carreras ciclistas de la forma en que se vuelca Canal Sur. Además, es un caso excepcional el de tener tanto a Eurosport como a Canal Sur.

¿Tiene el nivel suficiente la Vuelta ciclista a Andalucía para seguir creciendo y afianzándose ya no solo en el calendario nacional, en el que parece que está bien consolidada, sino en el plano internacional?

Yo creo que sí. Tiene una buena infraestructura y en conjunto está bien preparada para conseguir más cosas y seguir creciendo. Ahora mismo creo que está justo antes del *WorldTour* [en efecto, en la nueva categoría UCI ProSeries, escalafón inmediatamente inferior al *WorldTour*]. Si sigue así yo creo que seguro que, como mínimo, se mantiene, y a

lo mejor con el tiempo puede incluso subir. La cosa es que no sé hasta qué punto le interesa a la Vuelta a Andalucía ser *WorldTour*, porque el coste económico es muchísimo mayor.

Eso es lo que dice Joaquín Cuevas, el director general, cuya intención es la de dar el salto, pero por el momento no puede precisamente porque no dispone de los medios económicos para cubrir los gastos que tendría. Necesitaría más patrocinadores y apoyo de las instituciones.

Exacto. Si te fijas, la Vuelta a Andalucía casi siempre toca los mismos territorios: Málaga, Sevilla, Granada, Cádiz, Jaén, y dentro de esas provincias las mismas localidades casi: La Guardia de Jaén, Alhaurín, Mijas... y eso es porque no encuentran apoyo en otros sitios.

¿Tienes algún recuerdo particularmente bonito o al que le tengas especial cariño que te haya ocurrido en la Vuelta ciclista a Andalucía?

En mi primera Vuelta a Andalucía no era capaz de meterme en las fugas, y hubo una etapa en la que se formó la fuga, hubo un parón y, cuando ya llevaban los escapados uno o dos minutos, arranqué desde atrás y conseguí entrar en la fuga. La verdad es que ese día fue bastante bonito. Es de los recuerdos más bonitos que tengo.

¿Qué percepción tiene como ciclista del interés por parte del público español por el ciclismo en los últimos años?

Tiene altibajos. Es como todo: cuando hay grandes campeones, la tendencia siempre es positiva, y cuando no, siempre decae un poquito. La época de Contador fue superbuena. Ahora quizás haya bajado un pelín, pero las grandes pruebas siempre están llenísimas de público, que es lo importante.

Estamos de acuerdo entonces en que parte de la afición, especialmente en España, necesita tanto en el ciclismo como en otros deportes que haya una gran estrella nacional disputando la prueba para mostrar interés por dicha competición. Somos un poco resultadistas.

Sí, la verdad es que sí. Y eso que el ciclismo es de los pocos deportes en que no eres de un equipo ni de un deportista en concreto, porque en muchos deportes eres de tu equipo y los demás son adversarios. En el ciclismo se disfruta con el espectáculo independientemente de quien lo ofrezca. Aunque todos tengamos nuestros ciclistas preferidos y prioritarios, te da un poco igual quien gane. Pero sí, que haya un gran campeón siempre anima a la afición.

¿Han podido haber influido también los escándalos de dopaje de la pasada década en el desprestigio del ciclismo como deporte por parte de la opinión pública y la consiguiente pérdida de interés de la que venimos hablando por parte de algunos aficionados?

Sí, seguro que sí. El ciclismo ha tenido una época muy oscura. El último palo importante fue el de Armstrong, que para mí ha sido uno de los que más daño le ha hecho al ciclismo. Y todo ha dejado a mucha gente decepcionada. El dopaje ha echado para atrás del mundo del ciclismo a bastante gente.

La evolución de la atención por parte de los medios de comunicación ha ido un poco en paralelo. Sí es verdad que los medios exclusivamente deportivos van creciendo e incrementando sus niveles de audiencia año tras año, como le sucede a Eurosport. Pero en los medios generalistas, tanto en las secciones de deportes de los informativos de televisión o radio como la prensa generalista tienen bastantes reticencias a la hora de dejaros un hueco en sus minutos o páginas. ¿Ha notado alguna diferencia en los últimos años, o la cosa no ha variado mucho?

No ha variado mucho. Ahora, por suerte, con todas las redes sociales, la tendencia va siendo a informarse más por ahí, por redes sociales, Internet u otro tipo de vías antes que por los medios convencionales. Eso hace que te aísles un poco más en tu mundo y que cada uno vea más noticias de ciclismo o de lo que le interese. Pero, para los grandes medios de comunicación, el ciclismo siempre ha estado en un segundo plano. Muchas veces aprovechan precisamente los casos de dopaje para hablar de ciclismo en vez de las victorias. Eso siempre ha sido vergonzoso.

Es cierto que, aunque la época más negra del ciclismo y otros deportes ya pasó, a día de hoy hay muchos medios en los que solo se habla de deportes como el ciclismo por grandes accidentes y escándalos de dopaje. Y de competiciones, el Tour, la Vuelta y poco más.

Exacto. Cuando salió el Kern Pharma, el titular de un periódico —no el de la portada, sino el titular de la noticia— era algo así como *Mil pastillas y un equipo*. Como Kern Pharma es una farmacéutica, pues pusieron ese titular. Y pensé: “¡Madre mía, qué mala idea!”, porque la gente lo va a identificar con algo relacionado con el dopaje. Y no es más que un equipo patrocinado por una farmacéutica, pero aprovechan para andar con esos temas.

Sin embargo, como ha dicho antes, quizá llegado este momento, con las redes sociales y todos los medios especializados que han ido surgiendo en los últimos años, que no han sido pocos, se ha ido supliendo un poco esta falta de atención de los medios más grandes y más generalistas.

Sí, exacto. Páginas web dedicadas solo al ciclismo, cuentas de Twitter, páginas de Facebook... hay muchísimas páginas y cuentas diferentes dedicadas al ciclismo. Incluso dentro de los grandes periódicos deportivos hay un apartado en sus redes sobre ciclismo: *AS* ciclismo, *MARCA* ciclismo, y si quieres basta con seguir a esas cuentas. Al final eso hace que no te fijas en quién no saca información, sino en los que sí.

Y esto es un poco la pescadilla que se muerde la cola: si todas estas cuentas, secciones o medios nuevos van apareciendo es porque hay demanda por parte del público, que se interesa, y a la vez, esta proliferación hace que más público se interese por el ciclismo, ¿no le parece?

Exactamente. Se le da más bombo al tema y, al final, se crea afición sí o sí. Hacen que la gente se interese por ello, aunque no sea su prioridad, pero si lo anuncian en todos sitios es algo siempre súper positivo.

11. 3. ENTREVISTA A JOAQUÍN CUEVAS

Director general de la Vuelta ciclista a Andalucía

Joaquín Cuevas (Horta, 1962) es el actual director general de la Vuelta ciclista a Andalucía y presidente de DEPORINTER, empresa organizadora de la carrera, además de hijo de Luis Cuevas, exdirector. Es el artífice de la estrategia de internacionalización de la Ruta del Sol llevada a cabo en los últimos años.

¿Desde qué año emite Eurosport la Vuelta ciclista a Andalucía?

Desde 2008. Te explico la trayectoria. Hasta 2003 estuvimos con TVE, por Teledeporte. Fuimos la primera organización en marcharnos de TVE porque, por aquel entonces, pagábamos 300.000 euros para que TVE viniera y retransmitiera la Vuelta. Además de alojamientos y demás. Entonces, me quité de en medio. Los periodistas y los entendidos del ciclismo dijeron que la Vuelta a Andalucía se moría. Monté una productora y desde 2004 hasta 2007 hicimos resúmenes. Producíamos un resumen de quince o veinte minutos, lo metíamos en Teledeporte, en Canal Sur y en Localia, que estaba también por aquel entonces. Lo emitíamos también en la televisión belga y empezamos en ese momento también con Eurosport. Le dábamos los resúmenes también a Eurosport. Así estuvimos entre 2004 y 2006.

En 2007 emitimos los tres últimos kilómetros en directo. Poníamos un tramo con lo que había sucedido durante la etapa, el control de firmas y un pequeño montaje de carrera, y dábamos en directo, creo recordar, los últimos tres kilómetros de la etapa para poder entrar en los informativos de Canal Sur. La Vuelta salía muy temprano: a las diez o a las once de la mañana para poder llegar a mediodía, en la hora de los informativos, tanto de Canal Sur como de Localia. Y ya en 2007, cuando en Eurosport vieron todo esto, nos dijeron que nos echaban una manilla para poder hacer el directo si nos atrevíamos. Y, en efecto, desde 2008 ya lo emitimos en Eurosport. A partir de ahí, TVE quería que emitiésemos la carrera por Teledeporte pero, aunque producíamos nosotros, los derechos de imagen se los había cedido a Eurosport. Firmé con ellos un convenio por cinco años. Era una tranquilidad enorme y me quitaba el problema de en medio.

Con Canal Sur lo estuvimos gestionando para que lo emitieran, pero no querían emitirlo, porque decían que no tenían horario, que no sabían... y mira que se lo dábamos gratis, ¿eh? Hasta que hace tres años comenzaron a retransmitir las etapas. Y ya has visto que, a través de Eurosport, abrimos un camino hacia la internacionalización, que era un poco

lo que pretendíamos. Ya que no nos lo dan aquí, pues nos vamos fuera. Porque al final, aunque sea deporte, es el único deporte que está vendiendo turismo. Era la idea de poder vender Andalucía en el mes de febrero, cuando los países nórdicos están con nieve, poder mostrar lo que tenemos en Andalucía.

¿Qué balance hace de estos últimos años? ¿Cuánto han ganado Andalucía y la propia carrera al comenzar a emitirse en directo a través de Eurosport y ahora también de Canal Sur, con todas las ventanas que tiene abiertas?

Ha ganado, ha ganado muchísimo. Ya con Eurosport, cuando empezamos allá por 2008, creo que estaba en 34 países. Poco a poco ha ido creciendo, luego se juntó con Discovery y hasta la actualidad sumando nuevo público. Luego, lo que hicimos nosotros fue gestionar con los equipos, sobre todo, dónde estaban las principales marcas de los sponsors que apuestan por el ciclismo. Orica, por ejemplo, venía de Australia. Así que fuimos a buscar las televisiones de allí. Cuando Nairo Quintana fichó por Movistar buscamos la televisión colombiana... y crear expectación a través de la ventana de la Vuelta. Nosotros, que hacíamos los contactos, llevamos la señal a todos esos países el primer año, y a partir del segundo año se lo dejamos también a Eurosport mientras nosotros hacíamos la gestión directa con las televisiones que iban a recibir la imagen. Por eso hace tres o cuatro años nos trajimos al equipo Matrix, japonés, para poder entrar en la televisión japonesa. Entonces, nosotros hacemos todo ese trabajo de campo en un principio, todo el tema de gestión, y cuando ya lo tenemos todo cerrado, se lo pasamos a Eurosport, para que ellos hagan toda la parte tecnológica. No veas la de satélites y rebotes que hacen falta para que la Vuelta a Andalucía llegue a Japón o Colombia. Es una auténtica locura.

Por último, la gran suerte ha sido que Canal Sur por fin ha visto que la Vuelta a Andalucía es un buen producto y, quieras o no, entre los informativos y volcándose con la retransmisión en directo por Andalucía TV, no deja de ser otro reclamo, tanto para la gente como para los propios ayuntamientos y los propios sponsors locales, a los que les viene muy bien eso.

Es lo que ha dicho usted: impulsar la carrera tanto fuera como dentro de nuestras fronteras. Que se le dé el valor que merece aquí dentro también, que para algunos es una gran desconocida.

Claro. Piensa que fuera, en el extranjero, somos más conocidos que dentro de España, y más valorados. Es curioso, ¿eh? Desde luego, fuimos la primera carrera, creo recordar que, en 2005, que bajamos la nómina de corredores de ocho por equipo a siete. Fuimos los primeros, eso no estaba legislado todavía. Nos criticaron por todos lados. Nosotros argumentábamos, y es cierto, primero, que teníamos más capacidad para poder meter más equipos dentro de la carrera y que, en segundo lugar, con siete corredores en vez de ocho, la carrera se quedaba muchísimo más abierta. A partir de 2005, si te fijas, la carrera ha sido brutal, ha sido súper disputada.

También hemos intentado con los directores de los equipos, con muchos de ellos, a los que hace un montón de años que conocemos, hacer unos recorridos que se adaptasen un

poco a sus objetivos: meterle, de nuevo, las contrarrelojes, que estas tuviesen un cierto tecnicismo y una cierta longitud de kilómetros para poder probar los materiales, etapas cortas y muy explosivas, etapas largas para poder prepararse y coger kilómetros para las clásicas de primavera... buscar un poco ese compendio y que los recorridos sean equilibrados. Muchos organizadores no digo que no lo hagan, pero lo hacen de forma distinta, incluso los extranjeros, que estoy en contacto con ellos y muchas veces no tienen ni contacto con los equipos. Yo creo que estamos en la línea y lo estamos haciendo bien.

¿Qué opinión tiene de la cobertura de la Vuelta ciclista a Andalucía por parte de la prensa local andaluza en los últimos años?

Me remonto un poco en el tiempo. Sabes que las principales carreras ciclistas del mundo fueron creadas por un periódico. ¿Sabes por qué salió más tarde la Vuelta a España? Efectivamente, no había un medio de comunicación que se comprometiese o que estuviese interesado. Y en Andalucía, se sacó en 1925 y hasta 1955 no hubo de nuevo porque no había ningún periódico que dominase en toda Andalucía. Y continúa, a día de hoy, sin haber un periódico que domine en toda Andalucía. Hay periódicos que lo viven de forma muy intensa, por ejemplo, el *DIARIO JAÉN* lo vive de forma muy intensa. Ocurren pocas cosas también en Jaén. Es verdad. Hay corredores jiennenses. Las coberturas también vienen un poco dadas por los propios medios, los espacios que tienen, la existencia de equipos de fútbol o baloncesto que sean noticiables (lo serán para cada periódico)... lo que sí es cierto es que, la Vuelta a Andalucía, en el momento de la carrera, es un evento bastante más noticiable y ocupa un espacio mediático importante. Y para la radio pasa exactamente lo mismo.

Es cierto que en Andalucía está muy dividida la prensa, hay un montón de cabeceras diferentes, cada provincia, incluso algunas comarcas tienen una, pero no hay una, como sucede en el caso radiotelevisivo con Canal Sur, que abarque todo el territorio. Quizá ese sea el gran problema.

Claro. El que organizó la primera Vuelta a Andalucía, Miguel Arteman, era sevillano y creó la *Volta a Catalunya*. Lo consiguió porque se casó con la hija del impresor de *MUNDO DEPORTIVO* y ese diario allí arraigó. Cuando regresó a Sevilla, años más tarde, pensaba que habría un periódico, o incluso el propio *MUNDO DEPORTIVO*, que podría llegar a toda Andalucía, pero el problema de las comunicaciones terrestres lo había impedido. Sigue siendo un drama incluso a día de hoy, aunque la cosa haya mejorado, con 600 kilómetros entre Huelva y Almería. Imagínate entonces. Ese fue el gran hándicap que hubo en su época.

Quería preguntarle también por el hito que supuso la entrada en Gibraltar y el intento que hubo de volver a llevarlo a cabo hace unos años, que al final no se consiguió. ¿Ha vuelto a pensar en llevar la carrera de nuevo a Gibraltar desde entonces?

Sí, lo tenemos en mente. Cuando pasamos fue en el aniversario de la apertura. Fue muy complicado. Por entonces yo ya estaba metido en la organización también —con muchísimos años menos, claro—. La gran mayoría no teníamos pasaporte y nos hacía falta porque aquello era Reino Unido. Tuvimos que hacer de todo con las fotocopias del DNI, los policías y la

Guardia Civil controlando cuántos entraban en los coches, cuánto material llevábamos para cualquier lado y cuánto venía para acá. Todos los líos de un paso fronterizo. Era otra época.

La otra vez que lo intentamos, ya llevándola yo, fue un problema político. Estaban muy bien las relaciones de España y Andalucía con Gibraltar pero, de golpe y porrazo, se entorpecieron las vías políticas y nos vimos nosotros afectados en eso. Y ahora llevamos una temporada hablando, nos estamos volviendo a enamorar, como quien dice, y en contacto, a ver si es posible llevarlo a buen término. Nuestra idea era hacer ahí una etapa importante. Además, la zona da para poder hacerla. Pero bueno, simplemente es aunar esfuerzos por un lado y por otro. Antiguamente, la legislación que teníamos era muy estricta, hoy en día se queda bastante más suave y puedes hacer como la Vuelta a España o el Tour, meterte en dos o tres países distintos. Por eso a nosotros nos gustaría poder entrar sin más en Gibraltar, que está ahí al lado. Podemos hacerlo sin problema. Estamos en conversaciones.

¿Ve más probable de llevar a cabo en un futuro más próximo el regreso a Gibraltar que la idea que alguna vez ha comentado de organizar una prueba femenina?

No, no. Con lo de la prueba femenina estamos ahí, ¿eh? El proyecto está, queríamos haberlo presentado ya a las autoridades, porque tiene otra complejidad totalmente distinta el tema del ciclismo femenino. Teníamos que haberlo presentado, nos ha pillado con todo este lío del coronavirus y no lo hemos podido hacer, pero está todo el proyecto y yo no lo descarto para nada. La Vuelta a Andalucía femenina es la pata que le falta a la mesa. Nosotros desde siempre hemos hecho campeonatos de España de féminas y creemos que es algo que hay que poner en valor. Hace falta que las autoridades apuesten de una forma fuerte y decidida, no simplemente que se llenen la boca, sino que realmente lo hagan.

¿Para qué año podríamos tener la Vuelta a Andalucía femenina?

Depende de toda la situación. Nuestra intención era haberla sacado en 2021. Con el parón este, todo lo que son los deportes masivos, como puede ser el ciclismo, seremos seguramente los últimos en desconfinar, así que... Cuando haya pasado este período te podré decir. Pero bueno, si no es en 2021, será en 2022, pero yo no quisiera que la demora se alargase mucho.

Por último, ¿en qué año exactamente fue cuando usted le tomó el testigo a su padre como director general de la Ruta del Sol?

En el 2000 extraoficialmente. Ya llevaba también tiempo, pero por temas de educación y respeto... (ríe). Completamente oficial fue en 2004, creo recordar, pero, aunque hasta entonces él era el que estaba como director, yo estaba detrás o al lado de él, no sé cómo decirlo (ríe de nuevo).

¿Está satisfecho con su gestión al frente de la organización de la carrera y con la situación en la que se encuentra actualmente la misma?

Hoy en día es todo mucho más fácil gracias a esa globalización y prestigio que ha cogido la prueba en sí, pero fue una gran estrategia, muy pensada, muy trabajada, con unos medios técnicos muy precarios, pero con mucha mucha voluntad, entusiasmo y con una visión de futuro impresionante. La lástima es que nuestros gobernantes o los técnicos que estaban no apostasen por nosotros como un gran evento turístico, deportivo, comercial y social, como un motorcillo económico en una época valle [febrero] que contribuiría a la desestacionalización turística, La Vuelta es, no te quepa la menor duda, el gran evento transversal que tenemos en Andalucía. Si quisieran apostar por él, sería el gran referente a nivel nacional, pero nos falta ese sentimiento de pertenencia y sacarnos el complejo. Mira los datos de medios y emisión de la *Volta a Catalunya* de 2019... sin acritud.

¿De dónde echa más en falta ese apoyo? ¿Por parte de la Junta de Andalucía?

Si, esa ayuda cuando se estuvo en coalición en 2013 se nos rebajó en un 90% de lo que nos daban, todo ello por el tema de la crisis. Claro, volver a ponerse al día es muy complicado. Ellos creen que todo sale por arte de magia y desconocen realmente lo difícil que es poner en marcha todo este gran engranaje que es el ciclismo. Espero que tras este año 2020 se den cuenta y reaccionen de una vez.