

Universidad Miguel Hernández de Elche

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche

Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado

Curso Académico 2018-2019



**La evolución del ciclismo en la provincia
de Alicante y su repercusión mediática**

*Cycling evolution in province of Alicante
and her media coverage*

Alumno/a: Álvaro Rubio Pérez

Tutor/a: Antonio Juan Sánchez

ÍNDICE

RESUMEN / ABSTRACT.....	3
1. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1. Presentación y justificación.....	5
1.2. Objetivos.....	6
1.3. Hipótesis.....	7
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN.....	8
2.1 El ciclismo, luces y sombras.....	8
2.1.1. Actividad deportiva y de ocio.....	8
2.1.2. Ciclismo competitivo.....	9
2.1.3. El dopaje, una lacra.....	10
2.1.4. El problema de la falta de patrocinios.....	12
2.2. En clave alicantina.....	14
2.2.1. Crecimiento y evolución.....	15
2.2.2. Alicante, a la cabeza en competiciones.....	18
2.2.3. Visión nacional.....	19
2.3. Visión periodística.....	20
2.3.1. El periodismo, garante de la difusión del ciclismo.....	21
2.3.2. Tratamiento negativo.....	22
2.3.3. La especialización.....	23
2.3.4. Alicante: el ciclismo olvidado.....	25
3. METODOLOGÍA.....	26
3.1. Cuantitativa: análisis de los medios.....	26
3.2. Selección y análisis detallado.....	27
3.2.1. Fechas de la muestra: tres periodos.....	27
3.2.2. Medios analizados: dos digitales y dos emisoras.....	28
3.3. Cualitativa: entrevista personal.....	29
4. RESULTADOS.....	31
4.1. Prensa y radio, dos territorios distintos.....	31
4.2. Las competiciones alteran la agenda.....	32
4.3. Contenido: temas polémicos frente a asuntos deportivos.....	33
4.4. Estilo periodístico.....	34
4.5. Fuentes: ¿propias o de agencia?.....	35
4.6. Interés en la audiencia y ciclismo femenino.....	36
5. CONCLUSIONES.....	39
6. BIBLIOGRAFÍA.....	43
7. ANEXOS.....	46

RESUMEN

El ciclismo es uno de los deportes con mayor número de practicantes en España. Cada fin de semana la bicicleta congrega a miles de personas entorno a una actividad que aúna la naturaleza y los hábitos saludables, según la Encuesta de Hábitos Deportivos (2017). Además, durante los últimos años la provincia de Alicante ha sufrido una evolución en el número de competiciones (148) y clubs federados (147), convirtiéndose en un referente a nivel nacional, según datos de la Federación de Ciclismo de la Comunidad Valenciana.

A pesar de ello, el espacio que dedican los medios de comunicación sobre el deporte de las dos ruedas dista mucho de la masa social que soporta a sus espaldas. Por ello, este trabajo estudia la repercusión mediática que tiene el ciclismo en diferentes productos periodísticos de referencia de la provincia de Alicante como son los diarios digitales *Información* y *Alicante Plaza*, así como las emisoras *Radio Alicante* y *Cope Alicante*.

El análisis utiliza una metodología tanto cuantitativa como cualitativa, pues no se estudia única y exclusivamente la trascendencia del ciclismo en los diferentes medios, sino detallar el tratamiento periodístico que se realiza acerca de deporte y centrándose, especialmente, en el ciclismo de Alicante. Para ello, se realiza un estudio sobre el contenido, las fuentes y los géneros utilizados. Asimismo, se completa este análisis con la realización de entrevistas con profesionales directamente relacionados con el ciclismo para conocer sus opiniones respecto a su tratamiento informativo.

Los resultados más relevantes permiten concluir que la evolución que se ha vivido en la provincia de Alicante durante los últimos años no se encuentra reflejada de forma directa en los medios de comunicación. Gran parte de las publicaciones son de elementos externos al ciclismo de competición –atropellos y economía, principalmente– y en contadas ocasiones los medios analizados hacen referencia al ciclismo de la provincia.

Palabras clave: ciclismo, evolución, repercusión mediática, provincia de Alicante.

ABSTRACT

Cycling is one of the sports with the highest number of practitioners in Spain. Every weekend the bicycle brings together thousands of people around an activity that combines nature and healthy habits, according to the Sports Habits Survey (2017). In addition, during the last years the province of Alicante has undergone an evolution in the number of federated competitions (148) and clubs (147), becoming a benchmark at a national level.

In spite of this, the space that the media dedicate to the sport of two wheels is far from the social mass that it supports. For this reason, this work studies the media impact that cycling has on different journalistic products in the province of Alicante such as the digital newspapers *Información* and *Alicante Plaza*, as well as *Radio Alicante* and *Cope Alicante* stations.

The analysis uses a quantitative as well as a qualitative methodology, since the importance of cycling in the different media is not studied solely, but rather the journalistic treatment that is carried out about sport and focusing, especially, on cycling in Alicante. For this, a study is made on the content, sources and genres used. Furthermore, this analysis is completed with interviews with professionals directly related to cycling to find out their opinions regarding her information treatment.

The results obtained allow us to conclude that the evolution that has been experienced in the province of Alicante in recent years is not reflected directly in the media. Most of the publications are of elements external to competitive cycling –tokes and economy, mainly– and in rare cases the media analyzed make reference to the cycling of the province.

Key Words: cycling, evolution, media coverage, province of Alicante.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Presentación y justificación

El ciclismo es un deporte de masas y mundialmente practicado como una de las actividades con mayor número de adeptos. En España, el 38,7% de la población escoge el ciclismo como deporte principal, tan solo por detrás del fútbol y el baloncesto, según datos de la Encuesta de Hábitos Deportivos. El mundo de la bicicleta envuelve a la sociedad, pues es una de las mejores formas de disfrutar del entorno natural y de la práctica de una actividad física. Además, siempre que hay una gran competición las cunetas de las carreteras, especialmente las de montañas, se colman de miles de aficionados que buscan gozar de un deporte como el ciclismo. Asimismo, el paso de competiciones como la Vuelta a España da vida y protagonismo informativo a los pueblos más recónditos, por lo que toda la población se vuelca en la organización del evento.

Sin embargo, la capacidad de movilización y el gran número de aficionados que ostenta el ciclismo no es equiparable a la repercusión en los medios de comunicación. Esta situación, según parece, es más evidente al reducir el espectro informativo a una provincia como Alicante. Según datos de la Real Federación Española de Ciclismo, la Costa Blanca es uno de los territorios con mayor número de licencias, clubes y competiciones de España. De esta forma, la provincia alicantina es parte fundamental del desarrollo del ciclismo a nivel nacional, recuperándose de las grandes dificultades vividas años atrás. A pesar de ello, los principales *mass-media* de la zona no consideran, al parecer, el deporte de las dos ruedas como uno de los temas principales de sus espacios informativos.

La difusión del ciclismo en la provincia de Alicante es vital para que los próximos años siga siendo un deporte puntero, por lo que a través de este estudio se trata de demostrar si los medios de comunicación están o no a la altura que deberían, y sus posibles causas, con respecto a la evolución que ha sufrido el mundo de la bicicleta. Para ello, se analizan dos ramas del periodismo, a través de medios en distintos soportes: el digital (*Información y Alicante Plaza*) y el radiofónico (*Ser Alicante* y *Cope Alicante*). Además de un análisis de la repercusión, también se busca probar si el tratamiento de la información, en cuanto a fuentes, estilo periodístico y contenido, implica un trabajo elaborado o si los métodos utilizados para exponer las informaciones son escuetos, así como si predominan los teletipos de las agencias o, por contrario, existe una labor periodística del propio medio.

1.2. Objetivos

El objetivo principal es, por tanto, analizar el tratamiento informativo del ciclismo en los medios de comunicación e identificar si la repercusión mediática es acorde a la evolución que ha vivido en la provincia de Alicante durante los últimos años. Por ello, la finalidad es conocer cómo afecta mediáticamente el transcurso de diferentes competiciones, teniendo en cuenta que el análisis se realiza a lo largo de tres periodos marcados por la Vuelta a la Comunitat Valenciana (del 4 al 10 de febrero de 2019), el Giro de Italia (entre el 13 y el 19 de mayo) y una semana (desde el 11 al 17 de marzo) sin competición de relevancia.

De esta manera, es necesario que el estudio se centre en el análisis de las fuentes empleadas por los medios de comunicación, así como en los géneros utilizados. De esta forma, el objetivo consiste en delimitar si existe un trabajo en profundidad y que busque difundir una actividad como el ciclismo a través de la labor periodística. Del mismo modo, se pretende esclarecer qué tipo de *mass-media* se hace más eco del deporte de las dos ruedas y, así, saber hacia qué target va dirigido. Por este motivo, se realiza un estudio de dos medios digitales y dos emisoras de radio.

Asimismo, el estudio tiene como objetivo saber en qué medida y de qué forma se hace referencia a la provincia de Alicante, así como analizar el contenido de las publicaciones y boletines informativos para demostrar si el ciclismo es tratado de forma positiva o, por contrario, abundan las noticias externas al deporte. Además, el análisis trata de exponer si también se hace alusión al ciclismo femenino. Por todo ello, los objetivos específicos con los que se plantea este estudio son los siguientes:

- OBJ 1: Estudiar la repercusión del ciclismo en los medios de comunicación, en número de publicaciones.
- OBJ 2: Conocer cómo afecta el calendario ciclista a la agenda de los medios.
- OBJ 3: Analizar las fuentes utilizadas.
- OBJ 4: Reconocer en qué medida y de qué forma se hace referencia a la provincia de Alicante.
- OBJ 5: Examinar si el contenido de las publicaciones hace alusión –en abundancia– a asuntos externos al deporte.
- OBJ 6: Comprobar si se hace alusión al ciclismo femenino.

1.3. Hipótesis

La hipótesis principal de este trabajo es que el ciclismo no tiene una repercusión acorde a la evolución de los últimos años y la gran masa social que lo respalda, y sus posibles causas. Del mismo modo, se prevé que las diferentes competiciones alteran la *agenda setting* de los medios de comunicación, por lo que las semanas analizadas pretenden mostrar ese cambio en el nivel informativo. Además, otra de las hipótesis que surgen del planteamiento de este trabajo es el mayor trato periodístico dedicado al ciclismo en los medios digitales, relegado a intervenciones esporádicas en las emisoras de radio.

Igualmente, se concibe como una hipótesis que las fuentes utilizadas, así como la autoría de los artículos, distan mucho de una elaboración profunda y con medida. Por lo tanto, las publicaciones serían principalmente de agencia, notas de prensa y crónicas muy poco elaboradas. De la misma manera, una de las premisas que se desprende de este estudio es confirmar si el ciclismo en la provincia de Alicante tiene o no una escasa repercusión, así como la relevancia de los espacios informativos y las publicaciones.

Por último, es inevitable realizar la hipótesis a cerca del contenido de los artículos o boletines radiofónicos, pues se considera, aunque es necesario corroborarlo, que gran parte de las noticias relacionadas con el ámbito del ciclismo se encuentran muy alejadas del propio deporte y se centran en elementos externos, en parte negativos y polémicos. Por tanto, de este análisis surgen estas principales hipótesis específicas:

- H1: La repercusión mediática del ciclismo es insuficiente.
- H2: Las competiciones alteran la agenda de los medios, quedando un vacío informativo cuando no hay una carrera de relevancia.
- H3: La elaboración de las publicaciones es poco profunda, con abundancia de noticias de agencia y sin acudir a fuentes propias.
- H4: El ciclismo de la provincia de Alicante tiene una escasa repercusión.
- H5: Gran parte de las noticias relacionadas con el mundo del ciclismo se centran en elementos externos al deporte, muchas veces negativos.

Este estudio pretende resolver, a través de un análisis de medios, tanto mediático como del tratamiento informativo, estas hipótesis surgidas de la evolución del ciclismo en la provincia de Alicante. Los resultados extraídos concluirán si se cumplen estas hipótesis iniciales.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

2.1. El ciclismo, luces y sombras

El ciclismo es un deporte que engloba diferentes modalidades como la carretera, la montaña y la pista. Estas tres categorías tienen algo en común y es la pasión con la que la afición vive el espectáculo de las competiciones, así como la práctica del deporte. De hecho, el ciclismo es una de las actividades deportivas con mayor número de adeptos en España, como arroja la Encuesta de Hábitos Deportivos en España, pues cada fin de semana reúne a miles de personas que salen a la carretera para disfrutar de la bicicleta, de acuerdo con el Barómetro de la Bicicleta en España. Sin embargo, si nos centramos en el ciclismo competitivo no se apuesta de forma permanente por desarrollar equipos profesionales y esa gran masa social de aficionados al ciclismo luego no se traslada al ciclismo base para comenzar a potenciar futuros ciclistas.

En gran medida, esta situación viene rebotada de los numerosos casos de dopaje que han azotado al mundo del ciclismo durante los últimos años, aunque ya se ha conseguido mitigar a través de campañas de concienciación y con duras sanciones para los implicados desde la Unión Ciclista Internacional (UCI). Esta lacra produjo que muchos patrocinadores no quisieran ver su nombre relacionado con el dopaje y decidieran abandonar el mundo del ciclismo, provocando una crisis de equipos profesionales en España. Pese a que se mantiene todavía, se están dando los primeros pasos para la reconstrucción del sistema de conjuntos españoles con la aparición del Caja Rural de Pamplona, el Murias-Taldeia y el Burgos-BH, que se unieron al mítico Movistar Team para dar una salida a los jóvenes ciclistas españoles.

2.1.1. Actividad deportiva y de ocio

El ciclismo estuvo, está y estará de moda, pues es una actividad deportiva muy completa para desarrollar ciertas competencias físicas. A estos ingredientes, en España se le añade el gran seguimiento, así como la tradición, la cultura deportiva y la gran masa social que lo respalda, pues es considerada una de las cunas del ciclismo europeo. Francia, Bélgica, Italia y España forman el *'Big Four'* del deporte de las dos ruedas en el viejo continente. Esta situación de auge del ciclismo como actividad deportiva la recoge la Encuesta de Hábitos Deportivos en España (EHDE). Los últimos datos publicados colocan al ciclismo como tercera modalidad con mayor número de adeptos tan solo por detrás del fútbol y el

baloncesto. El 38,7% de la población escoge el ciclismo como deporte principal –no único– a la hora de realizar una actividad física.

Esas cifras se multiplican en la Comunidad Valenciana, pues según la EHDE, el 47% de la población admite practicar el ciclismo al menos una vez al mes. Esa sensación también la percibe la Federación de Ciclismo de la Comunidad Valenciana (FCCV). De esta forma, su delegado en la provincia de Alicante, Antonio López, se sorprende de que haya tantas dificultades para desarrollar, organizar o crear equipos y competiciones, ya que en España, en general, y en Alicante, en concreto, el ciclismo es un deporte muy extendido. “Es cierto que en el ciclismo de base hemos vivido épocas muy pobres, pero el ciclismo como actividad deportiva es muy popular y es sorprendente que con la cantidad de afición existente no se apueste por potenciar mediáticamente y deportivamente”, expone el delegado alicantino de la FCCV.

2.1.2. Ciclismo competitivo

La práctica del ciclismo como actividad deportiva ya ha quedado demostrada que se encuentra en un buen estado de salud y goza de un gran número de seguidores. Sin embargo, ese auge de la afición al ciclismo no se ve reflejada de forma paralela en el aspecto competitivo. Mientras que la EHDE refleja que el ciclismo es el tercer deporte más practicado en España, el *Anuario* del Instituto Nacional de Estadística (INE) del año 2018 tumba la cifra hasta la octava posición en cuanto al número de licencias federativas. Actividades como el golf (271.865), la escalada (222.556) o el judo (104.932) superan con creces las 75.871 personas federadas en el ciclismo competitivo.

Sin embargo, los datos del INE constatan que la evolución del mundo de la bicicleta en España se encuentra en pleno auge, pues desde el año 2014 dos de los deportes arriba mencionados –golf y judo, concretamente– han sufrido una involución, mientras que el ciclismo ha aumentado considerablemente las licencias federativas oficiales. En consecuencia, el deporte de las dos ruedas ha pasado de 61.733 personas federadas a las 75.871 actuales. De esta forma, el ciclismo se consagra como el deporte con mayor crecimiento en los últimos años según se puede extraer de los datos del *Anuario* del INE. Aunque es cierto que los últimos años se está produciendo un aumento, las cifras permiten concluir que España es un país con una gran cultura ciclista, en cuanto a la práctica del deporte, así como a la afición, aunque todavía quedan algunos pasos a dar, por lo que

respecta al ciclismo competitivo. En gran medida, la falta de equipos profesionales que faciliten el desarrollo de ciclistas jóvenes frena las aspiraciones de formación, a pesar de que los últimos años la Real Federación Española está aunando esfuerzos para tratar de revertir la situación.

Evolución de licencias federativas

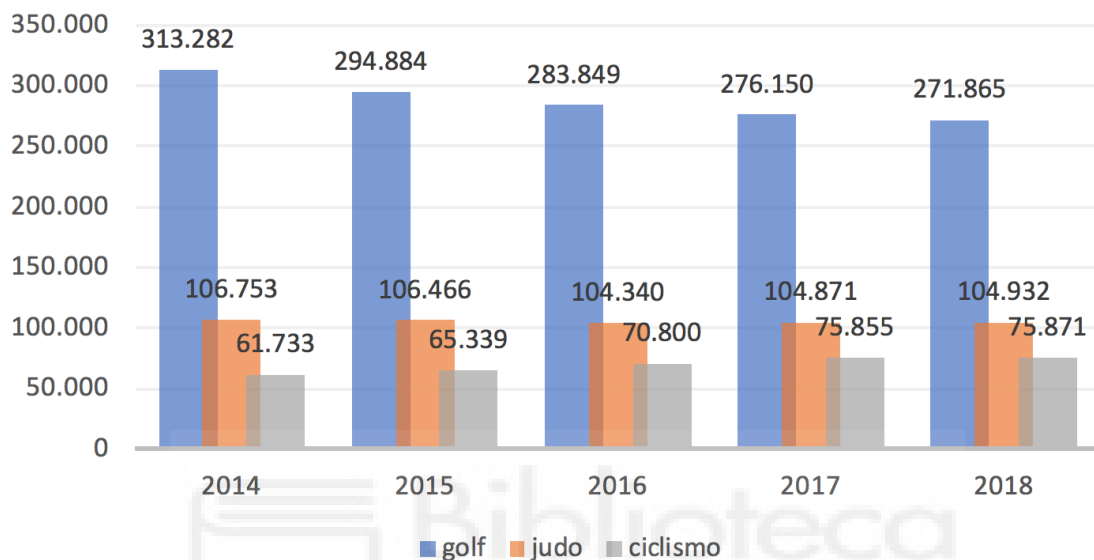


Figura 1: Relación de las fichas en judo, golf y ciclismo | Fuente: Anuario INE 2018

2.1.3. El dopaje, una lacra

Sin duda alguna, el principal problema que ha presentado el ciclismo de forma sistemática, al igual que el atletismo, ha sido la práctica del dopaje. La aparición de numerosos casos de ciclistas que se derrumbaron y confesaron que lo realizaron durante muchos años supuso un duro golpe para el ciclismo, pues no solo suponía una desvirtuación del sistema competitivo sino que demostró que los procesos de control de la Unión Ciclista Internacional habían fallado por completo a la hora de detectar casos de extrema gravedad como los del estadounidense Lance Armstrong o el alemán Jan Ullrich. Las consecuencias, conocidas por todos y entre las que destacan la suspensión de las licencias o la exclusión de los ciclistas de la competición, la retirada de títulos y victorias y el desprestigio social, entre otros, no solo afectan a los implicados, pues el daño producido a la credibilidad del ciclismo sigue siendo el principal problema al que debe exponerse.

A pesar de que es indiscutible el factor negativo que supone el dopaje al deporte, pues implica un problema de ética considerable, existe una pugna entre algunos estudiosos. Por un lado, los transhumanistas defienden que las mejoras técnicas y genéticas deberían aplicarse a la práctica deportiva, mientras que los bioconservadores –en contra– argumentan que no deberían modificarse sustancialmente las bases biológicas humanas (Páramo, 2014: 55). En ambos casos, la parte ética la obvian para centrarse en lo único y exclusivamente biológico, pues Claudio Tamburrini, perteneciente a la corriente transhumanista, afirma que el dopaje tiene un efecto negativo en el deporte, ya que elimina cualquier elemento de emoción e incertidumbre. Sin embargo, defiende que las nuevas técnicas de manipulación genética pueden servir para corregir defectos físicos y aumentar así las habilidades y capacidades en el terreno deportivo (Páramo, 2014: 55).

Obviamente, la ganancia deportiva cuando se utilizan técnicas de dopaje son indiscutibles, pero no habría que perder de vista y alejarse del espectro puramente ético. Que un deportista utilice el dopaje para mejorar supone una infracción deleznable que implica un engaño al espíritu deportivo. Además, los críticos del dopaje defienden su prohibición con uno de los argumentos principales que recoge el Comité Olímpico Internacional (COI) y ese no es otro que el riesgo que supone para la salud del deportista que utiliza estas técnicas ilícitas. Asimismo, a día de hoy la ventaja es ínfima, ya que se debe seguir entrenando de igual forma y las sustancias dopantes que se adquieren son de forma incontrolada, por lo que supone un riesgo elevado para la salud del implicado (Heugerber, 2012: 8).

El caso de Lance Armstrong conmocionó al mundo del deporte, pues el ciclista estadounidense se había convertido en un auténtico referente dentro del ciclismo, así como en el panorama deportivo general. En el año 2012 la USADA (United States Anti-Doping Agency) le acusó de formar parte de una red enorme de dopaje en el ciclismo americano y le comunicó a la UCI la intención de desposeerle de todos los triunfos logrados, como recoge el comunicado del director general de la USADA, Travis T. Tygart. Además, la agencia americana tenía en su poder informes definitivos sobre la red de dopaje, llegándola a catalogar como el procedimiento y el funcionamiento más exitoso y sofisticado conocido por el mundo del ciclismo (Páramo, 2014: 60).

Este caso produjo un impacto mediático enorme y puso en tela de juicio la credibilidad de los ciclistas, desprestigiando en numerosas ocasiones la veracidad de las victorias y

los triunfos de los profesionales en los años posteriores y con carácter retroactivo. Aún así, las técnicas de dopaje siguen siendo habituales entre algunos deportistas que, aun con la proliferación de agencias antidopaje y los avanzados sistemas de control, prefieren arriesgar sus carreras por conseguir un triunfo que en el fondo está vacío al atentar contra el espíritu del deporte.

En España, los casos de Alejandro Valverde (implicado en la *Operación Puerto*), Alberto Contador o Samuel Sánchez supusieron un lastre para la afición del ciclismo. A pesar de ello, los dos primeros fueron capaces de reconducir su situación y revertir unos hechos que, aún sin pruebas fiables de que ocurrieran, tuvieron como consecuencia una sanción de dos años, así como la pérdida de los triunfos logrados en esas fechas. Por desgracia, sigue siendo una práctica que se continúa promoviendo entre algunos directores, pues no se oculta el fenómeno del dopaje. Además, participantes en diversos estudios reconocen que en alguna ocasión se les ha sugerido doparse (Morante, 2013: 32).

En definitiva, el dopaje daña la imagen del deporte, en este caso la del ciclismo, pues los medios de comunicación se hacen eco y se ensañan en mostrar la polémica y los temas escabrosos, mientras se oculta en otro tipo de prácticas deportivas. Por suerte, se ha producido una concienciación y poco a poco se está limpiando y procurando mejorar los sistemas de control para hacerlos más sofisticados, así como poner en marcha mecanismos educativos para formar en la prevención (Morante, 2013: 32). Es necesario para que el ciclismo siga desarrollándose y evolucionando que se devuelva una imagen de credibilidad y limpieza que se ha perdido a causa del dopaje.

2.1.4. La falta de patrocinios como problema

En el ciclismo, como en la totalidad de los deportes, son necesarios los patrocinios, pues ayudan a sustentar económicamente las estructuras deportivas y, de esta forma, fomentar el desarrollo del deporte patrocinado. La *sponsorización* deportiva se define como el marketing para promover la venta a las empresas de los valores comunicativos que el deporte puede llegar a transmitir (Pérez, 2015: 27). En el mundo de la bicicleta, aún con las dificultades que ello implica, el patrocinio adquiere una mayor relevancia, pues los equipos reciben el nombre de la empresa que los patrocina y, sin duda, suponen el apoyo único para desarrollar el presupuesto.

En general, el patrocinio deportivo busca un impacto mediático en las audiencias que, de forma masiva, consumen un determinado producto relacionado con el mundo del deporte. Del mismo modo, trata de asociar la imagen de marca con la práctica de una actividad física, así como con los valores deportivos, que suponen un beneficio añadido. En definitiva, las compañías tratan de difundir su mensaje a un público objetivo a través de los patrocinios deportivos, convirtiéndose así en una herramienta comunicativa con la que las empresas generan sus propias campañas de marketing (Pérez, 2015: 28).

A lo largo de la historia las empresas siempre han decidido apostar por el ciclismo como principal deporte en el que difundir su imagen de marca, aunque más por afición hacia el ciclismo o por compromiso con los directores de los equipos que por rentabilidad real, como explica Juan Pedro Monzú en su artículo sobre *Patrocinio deportivo y ciclismo*. Sin embargo, los últimos años supone una dificultad enorme encontrar un patrocinador fiel, pues los presupuestos son muy elevados y las compañías no están dispuestas a sostenerlo de forma continuada. Esta situación no solo se vive en España, pues en países históricos como Bélgica o Italia la crisis es igual de negativa.

En el caso belga, cada temporada Patrick Lefevere (general manager del actual Deceuninck-Quick Step) debe buscar un patrocinador, pues no es capaz de retener el contrato de *sponsorización* más de un año. Se trata de uno de los equipos con mayor número de victorias a lo largo de cada temporada, así como uno de los equipos históricos del pelotón internacional. Es por ello que sorprende que en una de las cunas del ciclismo, como es Bélgica, sea una dificultad hacerse con un patrocinador constante.

De esta forma, Lefevere debe hacer malabarismos presupuestarios para ser capaz de retener a sus mejores ciclistas. Su pasión por el ciclismo y el equipo es lo que le permite continuar luchando por mantener en pie a un conjunto con un gran legado bajo sus espaldas, como reconoce en una entrevista en *Cyclingnews*: “Vivo preocupado porque quiero asegurarme que el equipo va a seguir por muchos años, es un club hermoso y deseo que continúe su andadura”.

Por lo que respecta a España, cualquier situación pasada fue mejor que la vivida en el ciclismo profesional actualmente. En los primeros años del siglo XXI el mundo de la bicicleta español ostentaba cuatro estructuras potentes, pero en la actualidad tan solo cuenta con un equipo de referencia a nivel internacional: el Movistar Team. El problema

del patrocinio acabó por producir la disolución del Kelme de Elche (2006), el Saunier-Duval cántabro (2011) y el Euskaltel-Euskadi (2012). Esta situación se está revirtiendo con la incorporación de nuevos patrocinios que fomentan el desarrollo del ciclismo en España, según datos de la Real Federación Española de Ciclismo.

Además del gran coste de patrocinar un equipo ciclista, puesto que son garantes de la totalidad del presupuesto, las empresas asumen el riesgo de que su imagen de marca se vea perjudicada por situaciones extradeportivas negativas, como pueden ser los casos de dopaje. Las compañías son conocedoras que el patrocinio deportivo tiene su parte positiva, pero también aceptan una contrapartida, que son una serie de riesgos de actitudes perjudiciales del ente patrocinado que afectan de manera directa al mensaje que busca transmitir el *sponsor* (Pérez, 2015: 30). En definitiva, el patrocinio en el ciclismo vive una realidad diferente al resto de deportes, puesto que se prioriza la afición o el compromiso que buscar un beneficio a largo plazo. De este modo, los nuevos tiempos marcan que los equipos cambien de forma reiterada de nombre, ya que los patrocinios suelen ser poco estables y, en muchos casos fruto de caprichos (como el Tinkoff-Saxo). Los resultados y éxitos deportivos no son capaces de compensar los riesgos que supone patrocinar a un equipo ciclista, lo que genera un enorme problema que poco a poco se está tratando de revertir.

2.2. En clave alicantina

El ciclismo en la provincia de Alicante es uno de los deportes más practicados y que cuenta con un mayor número de adeptos, además de ser una potencia a nivel nacional. A pesar de ello, hace unos años sufrió, como en todo el territorio español, una pérdida importante de patrocinios, pues las marcas no querían que su nombre estuviera vinculado al dopaje, y esa situación supuso un varapalo para el deporte, de acuerdo a los datos que se pueden evidenciar en esta investigación.

Tras una larga travesía de dificultades, la progresiva limpieza en el ciclismo, así como el gran soporte publicitario que supone este deporte, ha propiciado la vuelta de patrocinadores, aunque lejos de tener el mismo potencial de antaño. Desde 1981 y hasta principios de Siglo XXI (2005), la Comunidad Valenciana se posicionó como una fuerza ciclista de referencia en España a través de la creación y, posterior, consolidación del equipo Kelme. La apuesta firme por el ciclismo de la empresa ilicitana aupó, gracias al

sustento económico, a un club que proyectó a la Comunidad Valenciana a nivel internacional y ayudó al desarrollo de jóvenes ciclistas.

En las tres últimas temporadas (2016, 2017 y 2018) la provincia de Alicante ha sido la que mayor crecimiento ha experimentado en la Comunitat Valenciana, siendo ésta la tercera mayor potencia ciclista a nivel nacional. El crecimiento se ha visto reflejado en el aumento de licencias federativas y en número de clubs, llegando a superar los 140 el pasado año, según datos de la Federación Ciclismo de la Comunidad Valenciana (FCCV). Del mismo modo, Alicante se coloca a la cabeza en cuanto a número de competiciones, sumando un total de 148 pruebas a lo largo de 2018 en todo el territorio alicantino. Estas cifras reflejan que el ciclismo en la provincia de Alicante se encuentra en pleno auge y mantiene su desarrollo positivo de cara a los próximos años.

2.2.1 Crecimiento y evolución

La evolución que ha sufrido el ciclismo en la provincia de Alicante en los últimos años es importante para medir el crecimiento de un deporte que se encontraba en unos números ínfimos tras unos cuantos años de crisis institucional y deportiva, no tanto por lo que respecta al nivel de afición. A pesar de ello, la FCCV ha sabido darle un giro a la situación y tras muchos esfuerzos comenzar a repuntar los números de los que gozaba el ciclismo a principios de siglo. Aunque los datos a día de hoy siguen lejos de aquellos años, son esperanzadores, pues la proyección de incremento en el futuro constata que dentro de poco tiempo el ciclismo en la provincia de Alicante volverá a gozar de aquella salud. Existen varias variables la hora de medir ese crecimiento, pero el delegado de la Federación en Alicante, Antonio López, resalta tres: “licencias, clubs y competiciones”.

De esta forma, la primera variable que ilumina la evolución del ciclismo son las licencias federativas otorgadas cada año. En estas licencias se engloban todos los ciclistas que tienen la capacidad de competir en pruebas federadas, por tanto no se trata de marchas cicloturistas, sino corredores que buscan ser profesionales, como las escuelas, los cadetes y los junior, o los que ya lo son como los sub-23 y los ciclistas élite. En este sentido, desde 2016 la provincia de Alicante ha vivido un incremento de 1.266 licencias, con un crecimiento de 789 de 2017 a 2018, según datos de la Federación autonómica de Ciclismo.

Número de licencias en Alicante

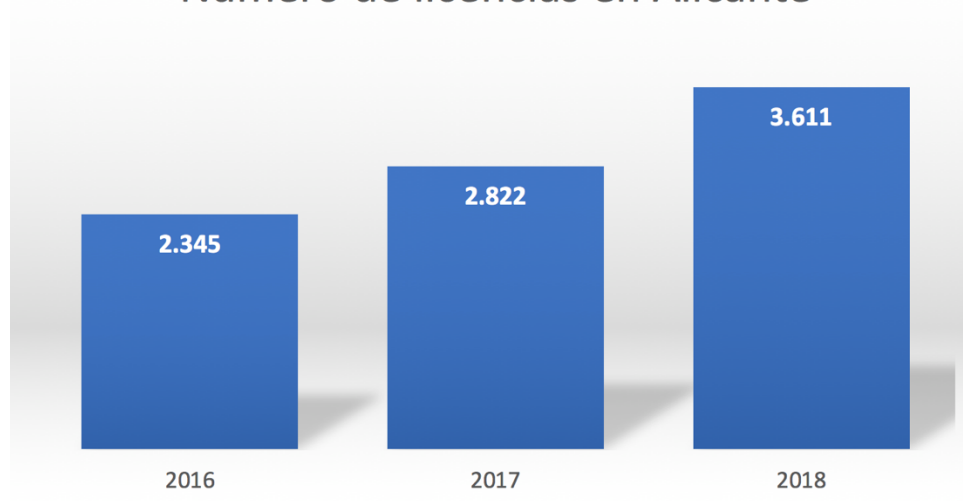


Figura 2: Incremento fichas ciclistas en la provincia | Fuente: FCCV

En gran medida, este crecimiento se debe al fortalecimiento de las escuelas de ciclismo, pues juegan un papel fundamental a la hora de difundir la pasión y la afición por el ciclismo a los más pequeños. Con ellos se pretende lograr que se vaya consolidando una masa también en el área competitiva y no tan solo en el apartado de ciclismo aficionado o amateur. Así lo explica Antonio López, delegado de la federación en Alicante: “Las escuelas son un elemento esencial para continuar con el desarrollo del ciclismo, pues una vez se consigue que los niños entren en la dinámica del deporte se enganchan. Es necesario asegurar el ciclismo base para seguir potenciando el crecimiento en la provincia, ya que ahora se están dando los primeros pasos”.

Esta idea es compartida por Bernardo Ordiñana, director del Club Ciclista Ilicitano, aunque añade que “el tránsito importante es consolidar a los cadetes y a los juniors, especialmente a estos últimos, que son lo que deben decidir si son capaces de dar el salto al profesionalismo”. Asimismo, Ordiñana remarca que a las escuelas se apuntan muchos niños por el mero hecho de practicar un deporte, aunque “los referentes profesionales como Contador o Valverde marcan a algunos a la hora de tratar de lograr victorias con entusiasmo e ilusión porque les gustaría ser como ellos”.

Por consiguiente, el segundo apéndice del que se sustenta la evolución del ciclismo en la provincia se trata de los clubes. Al igual que las licencias, desde 2016 han sufrido un aumento considerable en Alicante, consolidando a la provincia como la segunda con mayor número de entidades ciclistas de la comunidad, según datos de la FCCV. Por población, la provincia de Valencia sustenta gran parte del tejido de los clubs de la región,

aunque gracias al crecimiento vivido en Alicante la distancia se ha reducido considerablemente. Además, a diferencia de Valencia o Castellón, que han mantenido estables sus niveles de clubs ciclistas, la provincia de la Costa Blanca ha visto como en tres años se ha producido un incremento exponencial. Este aumento se traduce en 41 equipos más desde 2016, pasando de los 106 hasta los 147 existentes actualmente.

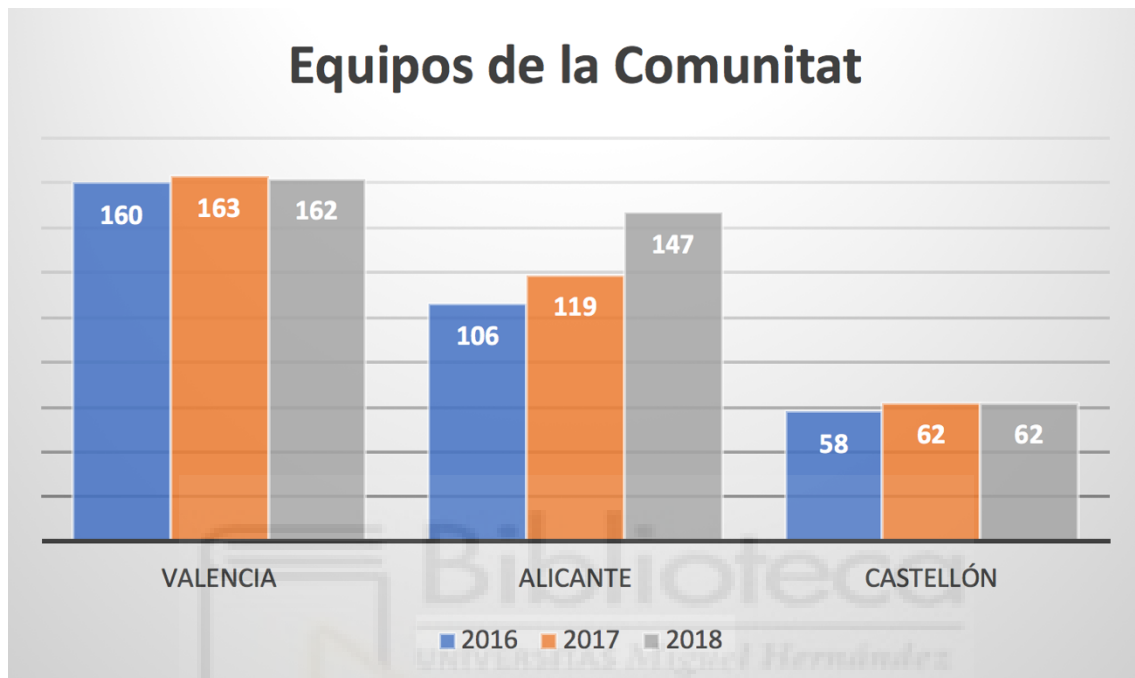


Figura 3: Evolución de los clubs autonómicos | Fuente: FCCV

Aunque los datos de crecimiento son más que positivos, desde la Federación siguen aunando esfuerzos para conseguir que se consoliden equipos potentes de élite y sub-23. Antonio López subraya que es el siguiente gran paso que debe dar la federación para seguir fortificando el ciclismo: “Es uno de nuestros objetivos principales de cara a los años venideros. Como primera piedra se ha impulsado la creación de un buen calendario regional y la promoción, así como la ayuda para que compitan a nivel nacional”. Del mismo modo, añade que “si bien estamos lejos del objetivo marcado para que la provincia vuelva a ser una referencia en esta categoría, hemos conseguido que se afiancen cuatro equipos sub-23”.

Así pues, las cifras que ofrece la FCCV sobre el número de equipos y el número de licencias son una muestra clara de que el ciclismo, a nivel deportivo está recuperando el nivel que cedió a causa de la pérdida de patrocinadores y, aunque todavía queda camino

por recorrer, se están empleando los mecanismos adecuados para conseguir que esta evolución y este desarrollo sigan su proceso ascendente en los próximos años.

2.2.2. Alicante, a la cabeza en competiciones

La tercera variable de análisis sobre la que sustenta la evolución del ciclismo en la provincia –como se explica en el apartado anterior– son las competiciones y las pruebas que se celebran en territorio alicantino. Bien es cierto que el modo en el que se realizan estas carreras ha variado mucho de cómo se realizaban a finales del siglo pasado o principios del actual. Sin embargo, Alicante se encuentra a la cabeza en el número de competiciones que se realizan en la Comunitat Valenciana, según datos de la FCCV.

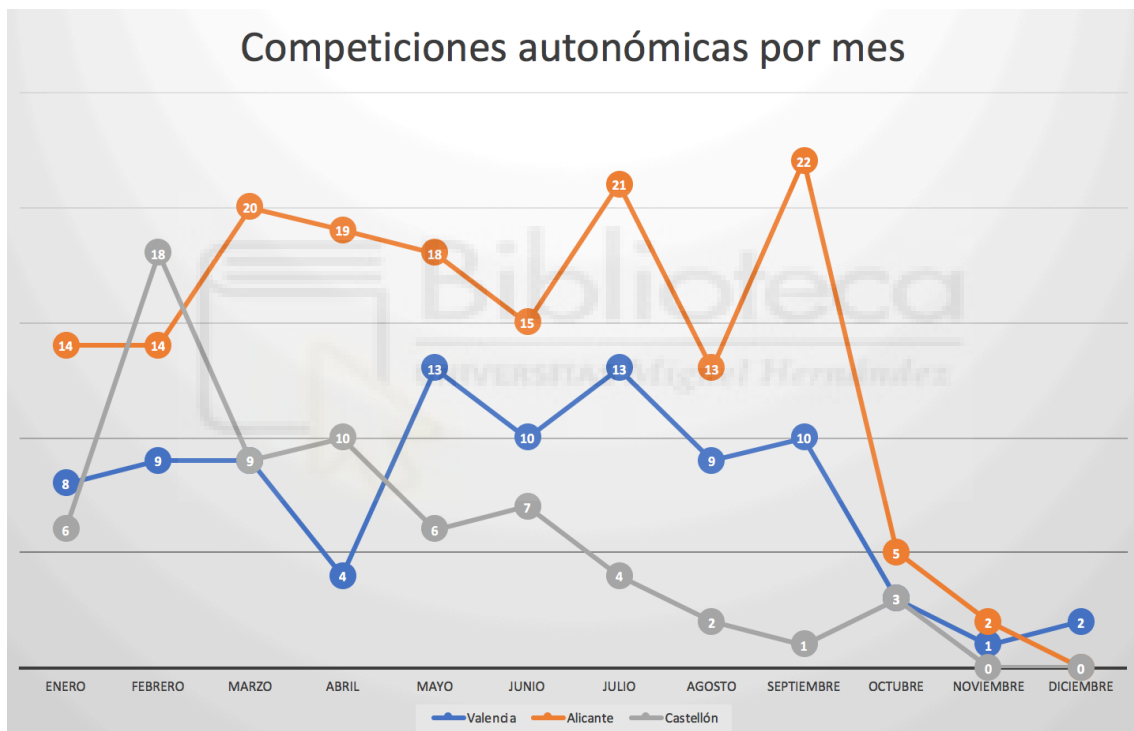


Figura 4: Estadística de pruebas en la Comunitat Valenciana | Fuente: FCCV

Con un total de 148 pruebas repartidas a lo largo de todo el año, Alicante supera en 57 a la provincia de Valencia (91). Por tanto, aunque los equipos predominan en la provincia valenciana, Alicante sigue siendo el lugar predilecto para los organizados a la hora de poner en marcha competiciones ciclistas. Bernardo Ordiñana atribuye a la orografía alicantina ese factor diferencial: “Las grandes pruebas y las que marcan la diferencia en la Comunitat se encuentran en la provincia de Alicante, ya que aquí se pueden diseñar recorridos mucho más atractivos para competir debido a la cercanía entre el mar y la

montaña”. En cuanto a los meses destacados en los que se ubican las principales pruebas, así como gran parte de las mismas, se concentran entre los meses de marzo y septiembre, mientras que de octubre a enero –al igual que ocurre en el escalón profesional– descienden a niveles prácticamente residuales.

A pesar de que las cifras hablan por sí solas, la realidad es que en los últimos años la dificultad para organizar una prueba ciclista es mucho mayor. El delegado de la Federación en Alicante matiza que “las trabas para poner en marcha una competición se han incrementado por temas de seguridad, principalmente. Los ayuntamientos han aumentado los requisitos para que pueda celebrarse una prueba y ahora exigen un mínimo de 109 voluntarios para que puede decretarse el inicio de una carrera”. Además, Antonio López mantiene un total respeto por este tipo de medidas, porque la seguridad de los ciclistas es esencial, aunque explica que esos requerimientos, a veces excesivos, está provocando que los organizadores encuentren dificultades para iniciar un proyecto. “Antes cada pueblo disponía de una carrera ciclista cuando llegaban las fiestas y ahora esa situación es una excepción”, subraya el responsable federativo.

2.2.3. Visión nacional

Para ubicar a la Comunidad Valenciana y a la provincia de Alicante en el contexto nacional, se ha analizado el número máximo de equipos de toda España para delimitar en qué medida adquiere o no importancia lo realizado en el ámbito provincial y regional con respecto al nacional. De esta forma, el resultado es que la Comunidad Valenciana se encuentra en la tercera región que más equipos y licencias aporta al conjunto del territorio español con un 10,3% del total, lo que convierte a Alicante en una de las principales provincias del sector ciclista. Así lo explica Antonio López: “El ciclismo siempre ha tenido mucho arraigo en Alicante y la provincia ha sido fundamental e importante a nivel nacional, aunque es cierto que la aportación en cuanto a profesionales es muy escasa a día de hoy con Rubén Plaza y Rafa Valls como principales exponentes”.

Tan solo Andalucía (17,4) y Catalunya (16,9) –con un mayor número de población– superan las cifras que aquí se obtienen, según datos de la Real Federación Española de Ciclismo (RFEC). Es más, la aportación al ciclismo nacional por parte de la Comunidad Valenciana es mayor que la cuna de este deporte en España como es el País Vasco con un 7,8%. No obstante, ellos gozan de una las pruebas *World Tour* más importantes del

calendario ciclista internacional como es la Vuelta al País Vasco, conocida popularmente como Itzulia. De esta forma, aunque todavía no se ha terminado la construcción al completo, desde la provincia de Alicante se ha cimentado un proyecto de renovación y evolución del ciclismo para que se consolide como una de las provincias punteras a nivel nacional y prosiga su crecimiento sin obstáculos.

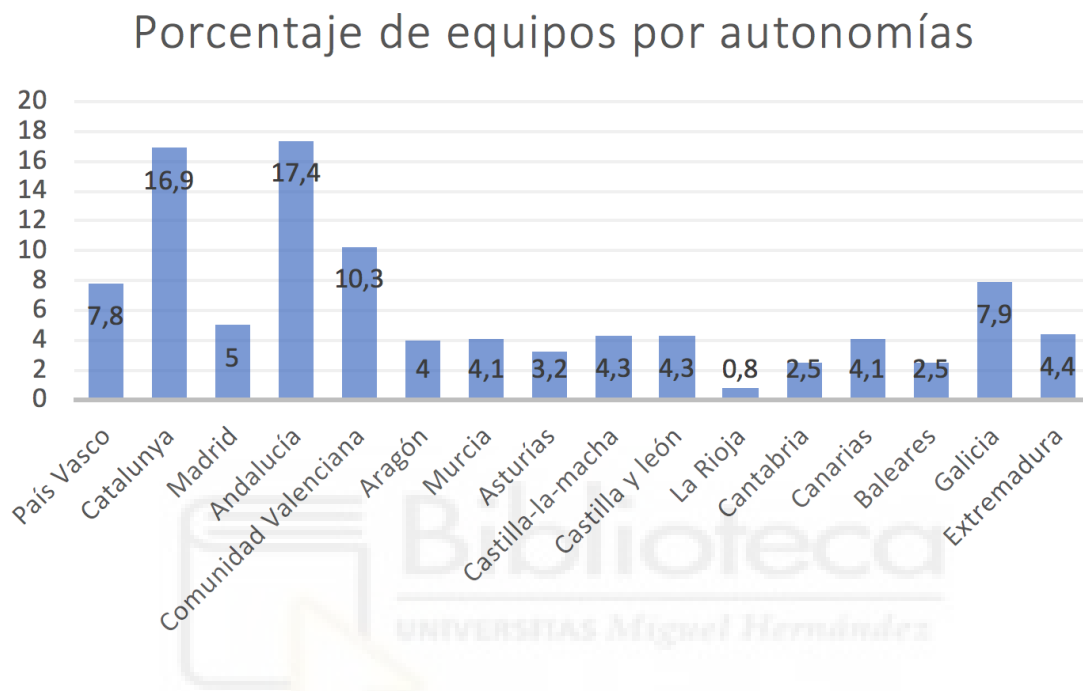


Figura 5: Andalucía encabeza el ranking de equipos ciclistas en España | Fuente: RFEC

2.3. Visión periodística

El periodismo juega un papel esencial como difusor de conocimientos, actividades, sucesos y un sinfín más de cuestiones que rodean a la sociedad. En definitiva, el periodismo es, según la Real Academia Española, la actividad profesional que consiste en la obtención, tratamiento, interpretación y difusión de informaciones a través de cualquier medio escrito, oral, visual o gráfico. De esta forma, la manera de obtener, tratar, interpretar y difundir altera el resultado final de las informaciones, por lo que afecta a lo que las personas reciben y perciben.

Por ello, el periodismo –deportivo en este caso– adquiere, si cabe, una mayor importancia. Tiene especial relevancia a la hora de su divulgación, pues en el origen fue introducido en los medios de comunicación al darse cuenta los propietarios de los periódicos del interés que dicha actividad despertaba en los ciudadanos (De la Cruz, 2002: 1).

Asimismo, el desarrollo de ciertos fenómenos deportivos como equipos, competiciones o la propia actividad ha ido de la mano o bajo el amparo de diferentes medios de comunicación que han apostado por convertirse en “actores y productores de las nuevas formas culturales del deporte” (De la Cruz, 2002: 1).

Por lo que respecta al ciclismo, las variables son muy diversas. Es cierto que el periodismo es importante para difundir el deporte, pero en otras ocasiones los medios de comunicación han prescindido de lo puramente deportivo para centrarse en elementos externos y polémicos. El dopaje, principalmente, ha abierto portadas de periódicos, espacios de radio e informativos de televisión, sin embargo, pocas veces ha sucedido lo mismo para tratar de informar sobre el/la ganador/a de una prueba de relevancia internacional. Es en estas situaciones cuando la especialización se convierte en indispensable para focalizar el target de audiencia del ciclismo y ofrecer un periodismo de calidad, alejado de la incesante búsqueda de beneficio económico a través del sensacionalismo y el amarillismo, también en el deporte.

2.3.1. El periodismo, garante de la difusión del ciclismo

El ciclismo, a pesar de no tener la misma repercusión que otros deportes como fútbol o baloncesto, es uno de los más importantes, a priori, en las agendas de los medios de comunicación. En cierto modo, el ciclismo vive del carácter divulgativo y difusor del periodismo, pues éste se hace eco de las principales competiciones del calendario ciclista. Además, se trata de uno de los pocos deportes que han sido capaces de relegar al fútbol de la primera plana del deporte, aunque nunca con la suficiente fuerza como para mantenerse de forma constante en las primeras páginas de los periódicos, radios o televisiones. Del mismo modo, la empresa periodística, se convierte en uno de los principales sustentos económicos de este deporte en la medida que aun existiendo una numerosa afición, carece de derechos de imagen o de derecho televisivo alguno. Se trata de un deporte que vive en exclusiva de la publicidad de unas determinadas marcas comerciales o instituciones públicas (De la Cruz, 2002: 2).

A principios de siglo XX esta relación es mucho más estrecha en el momento en el que los diarios deportivos se encargan de la creación y la organización de competiciones ciclistas. Esta situación se debe al desarrollo de la bicicleta como elemento de movilización de masas en favor del espectáculo lo que facilitó la creación de carreras y

pruebas (De la Cruz, 2002: 3). En Francia (1903), bajó la iniciativa del periodista Henri Desgranges, el diario *L'Equipe* creó la mayor competición a nivel mundial dentro del panorama ciclista: el Tour de Francia.

Siguiendo el modelo francés, la *Gazetta dello Sport*, a través de tres periodistas –Cougnet, Costamagna y Morgagni– hizo lo propio en Italia con la creación del Giro (1911). En ambas pruebas la característica principal es el distintivo del líder de la carrera, pues se adoptó el color de las páginas de los dos periódicos (amarillo en el caso francés y rosa en el italiano), convirtiéndose en la seña de identidad y afianzando la relación entre la prensa y el ciclismo. El caso español fue más tardío, aunque tuvo el mismo resultado. En 1935 se celebró la primera edición de la Vuelta Ciclista a España y, al igual que su vecinos Francia e Italia, un periódico, en este caso el diario *Informaciones* de Madrid, fue el encargado de darle vida.

Este mimetismo entre periodismo y ciclismo no es exclusivo de las grandes vueltas por etapas, pues los medios de comunicación también han formado parte esencial en el desarrollo de clásicas y pruebas de menor nivel. En este sentido, los medios de comunicación han justificado su deseo de organizar carreras ciclistas en dos variables distintas, aunque muy unidas: la existencia de intereses publicitarios y la intención de generar y provocar información propia (De la Cruz, 2002: 4).

De esta forma, la relación del periodismo y ciclismo ha sido esencial para el desarrollo del deporte de las dos ruedas, siendo los medios de comunicación parte fundamental en la creación de competiciones a inicios del siglo XX que, a día de hoy, son las carreras más importantes del calendario ciclista internacional.

2.3.2. Tratamiento negativo

Aunque el periodismo ha sido importante en la difusión del ciclismo, también se han generado elementos que han distorsionado lo meramente deportivo y ha supuesto una contrapartida y un componente negativo para el ciclismo. Todas las cuestiones arriba expuestas han quedado relegadas a un segundo plano en los últimos años, pues en ocasiones ha sido más importante lo polémico y controvertido que lo puramente deportivo. En el año 2015, los principales medios nacionales abrieron portadas digitales y programas deportivos con la irresponsabilidad de los ciclistas al cruzar un paso a nivel cuando un tren estaba cerca de pasar en medio de una competición como París-Roubaix.

Es importante no ocultar estas situaciones que no suponen un gran ejemplo para los jóvenes, pero lo preocupante fue que ninguno de estos medios fuese capaz de informar –aunque sea en una línea– quién fue el ganador de la prueba.

Es por ello que el tratamiento informativo del ciclismo es negativo cuando acude de forma repetida al sensacionalismo y eso ocurre a menudo con los numerosos casos de dopaje que se dan en el deporte, especialmente en el ciclismo. El dopaje, por desgracia, existe y es deber del periodismo informar sobre ello. Sin embargo, el elemento negativo surge cuando se hace de una determinada forma (Medina Fuentes, 2013: 35). De este modo, el rumor es un arma arrojadiza a la que el periodismo recurre en numerosas ocasiones –obviando la presunción de inocencia– para referirse a los casos de dopaje del ciclismo. Esta situación la explica José Luís Rojas en su libro sobre periodismo deportivo de calidad: “El sensacionalismo contamina el discurso, garantizando un nivel alto de audiencia y aliándose con los nuevos modelos publicitarios” (Medina Fuentes, 2013: 36).

Por ello, el periodista debe cuidar el lenguaje a la hora de exponer cierta información para evitar caer en el morbo y provocar una reacción negativa a cerca, en este caso, del ciclismo. Un redactor cuando tiene ante sí una información debe ser capaz de manejar los datos y expresarlos de forma sencilla, sin alardes. De lo contrario, si se enfatiza y se expone con hipérbolos se está buscando que se perciba de esa determinada manera y, por tanto, incurriendo en sensacionalismo (Medina Fuentes, 2013: 37).

En definitiva, el periodismo debe tratar de huir de los clichés porque en algunas ocasiones se genera un impacto que después puede ser totalmente distinto. Los casos de dopaje son información, pero se deben tratar informativamente de forma profesional, no rumorear y contar los datos objetivamente. Por difundir un rumor o una información sensacionalista los periodistas pueden cometer errores y que ese hecho se convierta, sin duda, en una falsedad –como en el caso de Pedro Delgado–, aunque los comentarios negativos quedan reflejados en prensa, radio y televisión (Medina Fuentes, 2013: 38).

2.3.3. La especialización

Los nuevos modelos de periodismo y de sociedad han ido generando que poco a poco, los niveles de audiencia se concentren en medios especializados en una gran variedad de aspectos para conseguir llegar al nicho de audiencia que se persigue. Por ello, la especialización es esencial para que el ciclismo siga desarrollándose más allá de las

publicaciones que crean los medios de carácter generalista. De esta forma, se huye del ‘click’ fácil con el objetivo de conseguir el mayor número de usuarios y, por tanto, beneficio económico, y se apuesta por un periodismo de calidad destinado a un público exigente y que conoce la especialidad que se está tratando (Ronda Iglesias, 2010: 147).

Así, es necesario una mayor preparación por parte del periodista, pues es esencial que conozca todos los entresijos de la especialidad que está tratando. El periodismo especializado se basa en que el periodista asuma la premisa de unir el papel de informador con la labor de divulgar conocimientos complejos. Esta divulgación se consigue, por tanto, cuando se poseen unos conocimientos teóricos y técnicos de una sección específica (Ronda Iglesias, 2010: 151).

Este nuevo paradigma es sobradamente conocido por Román Vilares, periodista especializado en ciclismo y actual director de la revista digital *Ciclo Magazine*: “Los medios especializados en ciclismo existen desde hace mucho tiempo, pero en esta última década han adquirido un papel fundamental para recibir una información de calidad, pues los medios generalistas siguen anclados en conseguir llegar al mayor número de audiencia posible”, destaca. Además, añade Vilares que en los últimos tiempos se ha producido una transferencia de periodistas desde el sector generalista hacia el especializado.

Del mismo modo, el director de *Ciclo Magazine* subraya que “el periodismo especializado permite profundizar y contextualizar con rigor los hechos noticiosos”. Asimismo, explica que en ciclismo el dominio de las fuentes, muchas de ellas de fácil acceso, enriquece las publicaciones, otorga una gran credibilidad a los artículos y suponen un enorme interés para la audiencia.

Por otro lado, Román Vilares expone que sorprende que a día de hoy los principales medios de comunicación sigan centrándose en la escasa elaboración y los temas polémicos: “En estos momentos los números de audiencia en ciclismo son muy elevados. Cuando hay alguna gran carrera las redes sociales son un ejemplo claro. Sin embargo, los medios generalistas abusan mucho de la producción escueta y las agencias. Los artículos con fuentes propias brillan por su ausencia, por lo que el público decide consultar la prensa especializada para conocer historias novedosas y no tan solo los resultados de las grandes vueltas”, sentencia el director de *Ciclo Magazine*.

2.3.4. Alicante: el ciclismo olvidado

En la provincia de Alicante, teniendo en cuenta el gran respaldo que existe al ciclismo, el periodismo siempre ha ido un paso por detrás. Los medios generalistas han centrado sus esfuerzos en otros deportes, especialmente el fútbol, mientras que el deporte de las dos ruedas ha quedado relegado a un segundo plano. Para Antonio López, delegado de la Federación de Ciclismo de la Comunidad Valenciana, la relación de la institución con los medios es prácticamente inexistente: “Desde la Federación tratamos de mantener una información constante a través de notas de prensa para que los medios puedan, al menos, informar en un breve de los principales resultados de la provincia, aunque en muy pocas ocasiones lo conseguimos”.

Además, la provincia de Alicante carece de medios especializados que puedan suplir el vacío informativo del resto de medios de comunicación. A diferencia de la provincia de Valencia, donde existe la revista *Ciclismo Valenciano* (dirigida por Julián Sáez), Alicante no goza de un producto periodístico en el que el ciclismo encuentre un hueco para expandirse. Es cierto que en la revista valenciana tratan de extenderse a toda la Comunidad, aunque no es suficiente para que la provincia de Alicante consiga la repercusión necesaria para que el ciclismo siga desarrollándose y creciendo a pasos agigantados.

En cierto modo, aunque no tratan el ciclismo provincial, salvo en determinadas ocasiones, existe un podcast especializado en ciclismo que surgió en la Universidad Miguel Hernández de Elche: *A la Cola del Pelotón*. A día de hoy han conseguido una comunidad fiel de oyentes (2.750 seguidos en Twitter y una media por programa de 1.300 escuchas) y se dedican a hacer programas semanales sobre la actualidad ciclista internacional, así como una programación diaria en el Giro de Italia, el Tour de Francia y la Vuelta a España. Igualmente, fueron los encargados de cubrir los dos últimos años, pues en 2019 no se ha celebrado, la Vuelta a la Provincia de Alicante.

En definitiva, el periodismo en la provincia dista mucha de hacer una cobertura que sirva para difundir y divulgar el ciclismo para favorecer que entre los niños florezca el sentimiento sobre el deporte de las ruedas y, de esta forma, pueda seguir aumentando la afición por otras vías y no tan solo la tradición familiar.

3. METODOLOGÍA

Este trabajo pretende mostrar mediante el uso de una metodología cuantitativa, así como cualitativa, la repercusión mediática y el tratamiento informativo del ciclismo, especialmente el que corresponde con la provincia de Alicante, en los medios de comunicación de estas coordenadas físicas.

3.1. Cuantitativa: análisis de los medios

Para llevar a cabo la metodología cuantitativa se empleó el análisis del contenido como herramienta principal. Para ello, se realizó una ficha de observación –distinta para los medios digitales y las emisoras de radio– en la que plasmar todos los datos correspondientes al estudio del tratamiento informativo de los medios de comunicación provinciales con respecto al ciclismo. Además, se controló el número de publicaciones referentes a ese deporte durante cierto periodo de tiempo con el fin de esclarecer la repercusión mediática que tiene esta actividad deportiva.

De esta forma, las columnas de las fichas de los medios digitales recogen diferentes conceptos temáticos a la hora de analizar el contenido de las publicaciones: el posicionamiento, el estilo periodístico utilizado, las fuentes con las que se elaboran los artículos y el contenido de los mismos. En este último aspecto se busca hacer una distinción entre las publicaciones sobre la provincia, las competiciones autonómicas o internacionales, así como si se publica acerca de repercusiones externas al ciclismo como deporte. Además, se ha añadido dos elementos que aportan un análisis mucho más subjetivo como son el acercamiento al ciclismo que le produce al lector la publicación y si se hace referencia al ciclismo femenino.

Por su parte, las fichas correspondientes a las emisoras de radio recogen los aspectos del tiempo dedicado al ciclismo, las fuentes utilizadas y comparte con los medios digitales el contenido abordado (arriba explicado).

Es por ello que a través de la utilización de estas fichas de observación se realizará el análisis exhaustivo de los artículos y programas radiofónicos seleccionados. Asimismo, el estudio será complementado con la representación gráfica resultante de dicho análisis informativo y mediático.

ANÁLISIS **INFORMACIÓN** SEMANA 11/03 – 17/03 **NINGUNA COMPETICIÓN**

	LUNES (11/03)	MARTES (12/03)	MIÉRCOLES (13/03)	JUEVES (14/03)	VIERNES (15/03)	SÁBADO (16/03)	DOMINGO (17/03)
POSICIONAMIENTO							
CONTENIDO							
ESTILO PERIODÍSTICO							
FUENTES							
NÚMERO DE PUBLICACIONES							
¿ACERCA EL CICLISMO AL LECTOR?							
¿CICLISMO FEMENINO?							

Ejemplo de ficha análisis de los medios digitales | Fuente: elaboración propia

ANÁLISIS **CADENA SER** SEMANA 13/05 – 19/05 **GIRO DE ITALIA**

	LUNES (13/05)	MARTES (14/05)	MIÉRCOLES (15/05)	JUEVES (16/05)	VIERNES (17/05)	SÁBADO (18/05)	DOMINGO (19/05)
TIEMPO DEDICADO							
CONTENIDO							
FUENTES UTILIZADAS							
¿ACERCA EL CICLISMO AL OYENTE?							
¿CICLISMO FEMENINO?							

Ejemplo de ficha análisis de las emisoras de radio | Fuente: elaboración propia

3.2. Selección y análisis detallado

3.2.1. Fechas de la muestra: tres periodos

El estudio de la repercusión mediática del ciclismo en la provincia de Alicante se ha dividido en tres periodos de 2019 claramente diferenciados. Esta división se ha realizado para comprender la diferenciación del trato informativo del ciclismo en distintas épocas del año según la competición que en ese momento se esté celebrando. De esta forma, los periodos seleccionados para su análisis son los comprendidos entre el 4 de febrero y el 10 de febrero, el 11 de marzo y el 17 de marzo y, por último, del 13 de mayo al 19 de mayo.

En el primer caso (04/02-10/02) el motivo de su selección es debido a que en esa fecha se celebró la Vuelta a la Comunitat Valenciana, con salida desde la ciudad de Alicante y varias etapas de relevancia a lo largo de la provincia. De esta manera, se busca conocer qué repercusión tiene el ciclismo a nivel provincial cuando se está celebrando una carrera de nivel y que atañe de forma directa a Alicante. Del mismo modo, el análisis del segundo caso (11/03-17/03) es seleccionado al tratarse de una fechas en las que el ciclismo carece de una competición de relevancia y ver, en este momento, cuál es la repercusión del deporte de las ruedas.

Por último, la selección de una semana en el mes de mayo (13/05-19/05) tiene como objetivo estudiar cómo afecta informativamente la celebración del Giro de Italia, una de las tres grandes vueltas del calendario internacional de ciclismo.

3.2.2. Medios analizados: dos digitales y dos emisoras

Los medios de comunicación seleccionados para llevar a cabo el análisis son dos diarios digitales: *Información*¹ y *Alicante Plaza*², con 170.000 y 17.000 usuarios diarios acumulados, respectivamente, según datos del OJD, y dos emisoras de radio: *Radio Alicante Cadena Ser*³ (345.000 oyentes) y *Cope Alicante*⁴ (231.000 oyentes), según datos de la primera oleada del EGM 2019. Esta elección surge de la gran importancia que tienen estos cuatro medios en la provincia, siendo una referencia a nivel informativo a lo largo de todo el territorio alicantino. Además, el estudio trata de analizar qué cabida tiene y de qué forma se informa sobre ciclismo en diferentes polos o modelos de la comunicación y, por tanto, en diferentes áreas del periodismo como es la prensa y la radio.

Por su parte, la extracción de los datos se ha delimitado en dos vertientes: hemeroteca y seguimiento diario. Todos los artículos y audios extraídos de los meses de febrero y marzo han sido a través del histórico de los medios de comunicación. Tanto *Información* como *Alicante Plaza* cuentan con una correcta hemeroteca, aunque la falta de filtrado por fechas dificulta a la hora de encontrar las publicaciones. Sin embargo, ambos diarios te permiten acceder de forma fácil y sencilla a todas las noticias que responden al ciclismo como tema de búsqueda.

¹ www.informacion.es

² www.alicanteplaza.es

³ www.radioalicante.es

⁴ www.cope.es/alicante

Por lo que respecta a la radio, la audioteca es mucho más clara y cómoda en *Radio Alicante Cadena Ser*, pues se permite filtrar por fecha, una característica que facilita la búsqueda de programas. En cambio, *Cope Alicante* ha generado una mayor dificultad a la hora de seleccionar los programas deportivos. Aunque permite buscar por fecha, se trata de un aspecto a nivel nacional, por lo que era necesario navegar por la web para encontrar el espacio alicantino.

Finalmente, durante la semana correspondiente al mes de mayo (13/05-19/05) se realizó un seguimiento diario de los medios seleccionados y, de esta forma, comprobar de primera mano el tratamiento informativo que recibía el ciclismo con respecto al resto de noticias, especialmente deportivas.

3.3. Cualitativa: entrevista personal

La investigación de este trabajo finaliza con la utilización de un método cualitativo, en el que la entrevista personal ha sido la herramienta seleccionada para su elaboración. El objetivo principal es conocer desde el mundo de la bicicleta las opiniones sobre la evolución que ha sufrido el ciclismo los últimos años en la provincia de Alicante, así como el parecer con respecto a su repercusión mediática. Además, también se ha tratado de conseguir la opinión desde la faceta periodística para conocer la importancia de la profesión a la hora de darle visibilidad al ciclismo y cómo esta relación ha sido beneficiosa y perjudicial para el deporte de la bicicleta.

Por ello, una vez establecido el contacto con la Federación de Ciclismo de la Comunidad Valenciana me dirigieron al delegado en la provincia de Alicante, Antonio López Rodríguez. El siguiente paso fue establecer una hora y un lugar adecuado para la realización de la entrevista, de modo que el recinto acordado fue el Velódromo de San Vicente a las 11.00 horas del lunes 22 de abril. A raíz de la conversación con Antonio López, me facilitó el contacto de Bernardo Ordiñana, el director del club ciclista Ilicitano. En esta ocasión, por incompatibilidades laborales la entrevista se realizó por vía telefónica el día 25 de abril a las 19.00 horas.

Por último, me puse en contacto con Román Vilares, director de la revista especializada en ciclismo *Ciclo Magazine*. Su localización (País Vasco) dificultó una entrevista en persona, por lo que acordamos una llamada telefónica el día 7 de mayo a las 11.30 horas.

En los tres casos recibí un trato muy cordial y su disponibilidad a la hora de facilitar sus aportaciones al estudio fue muy gratificante.

Es conveniente hacer mención a que los cuestionarios de las tres entrevistas rondaban entre las cinco y las ocho preguntas y en ningún caso tenían similitud entre ellos, pues en cada entrevista buscaba un perfil diferente. En el caso de Antonio López trataba de conseguir la visión institucional de la Federación. Por su parte, Bernardo Ordiñana aportó una opinión más cercana al mundo diario del ciclismo, mientras que con la contribución de Román Vilares pretendía extraer los entresijos del periodismo en relación al ciclismo gracias a su cercanía con la revista especializada.



4. RESULTADOS

El análisis de los medios de comunicación ha permitido conseguir los resultados óptimos para demostrar el objeto de estudio de este trabajo, que no es otro que la evolución del ciclismo en la provincia de Alicante y conocer si tiene una repercusión y un tratamiento informativo adecuado a este crecimiento. En general, se ha obtenido respuesta a la totalidad de las preguntas planteadas al inicio de este estudio y han quedado resueltas las diferentes hipótesis generadas. Los principales resultados alcanzados se dividen desde un planteamiento general, como el tratamiento y repercusión del ciclismo es los diferentes *mass-media* analizados, hasta si se da una visión positiva y enriquecedora del deporte. También, se analiza si se hace mención al ciclismo femenino. Del mismo modo, los resultados se extienden a las fuentes y la documentación utilizada por los medios de comunicación para la redacción de las publicaciones, así como el contenido de las mismas y estilo predominante.

4.1. Prensa y radio, dos territorios distintos

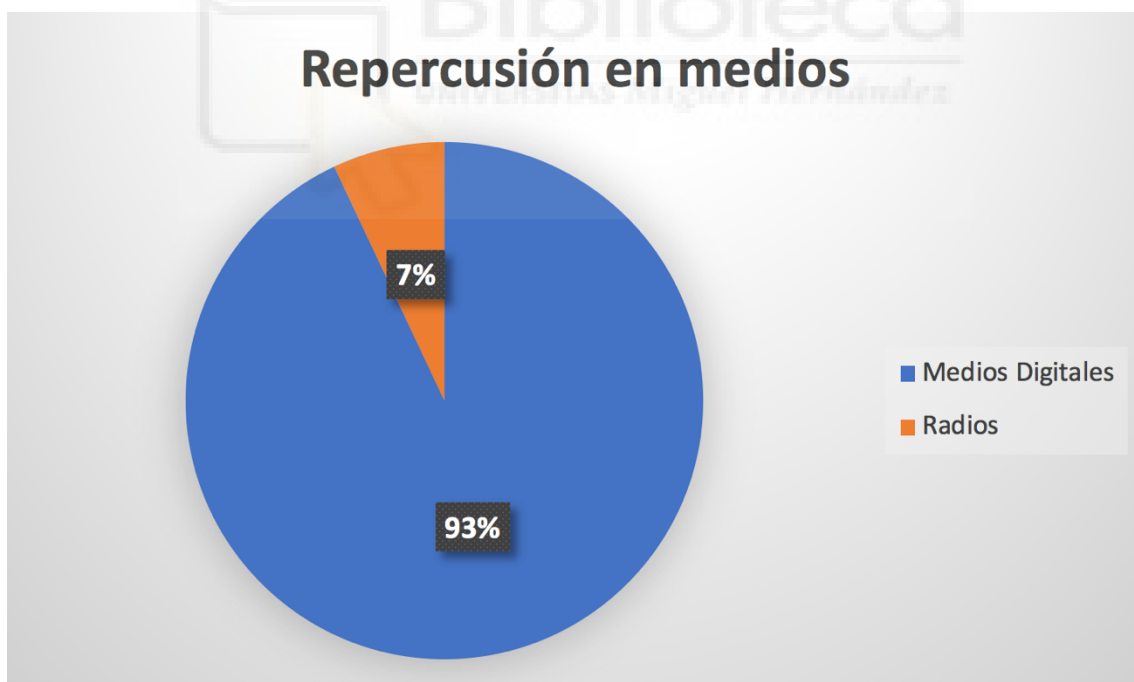


Figura 6: Porcentaje de apariciones en cada medio | Elaboración propia

En primer lugar, los resultados obtenidos del análisis nos hacen detenernos en las dos vertientes de comunicación estudiadas, los medios digitales y las emisoras de radio. Este análisis tiene como objetivo conocer en qué medida el ciclismo tienen un impacto

mediático en estas dos áreas del periodismo. Por ello, la muestra estudiada ha permitido conseguir esta diferenciación, mostrando de forma palpable, que la prensa digital (93%) realiza un mayor número de intervenciones relacionadas con el mundo del ciclismo que la radio (7%). Es sorprendente el tratamiento realizado por las emisoras, pues en las semanas analizadas el ciclismo aparece en contadas ocasiones, siendo el fútbol y el baloncesto los que ocupan el mayor tiempo en antena en los espacios deportivos de *Radio Alicante Cadena Ser* y *Cope Alicante*. De esta forma, en tan solo dos minutos de los más de mil analizados se hace referencia al ciclismo como actividad deportiva.

En este sentido, el diario *Información y Alicante Plaza* superan con creces el número de apariciones del mundo del ciclismo. Además, cabe destacar que dentro de los medios digitales es *Información* el que, con 39 publicaciones, evita que el deporte de las dos ruedas sea ínfimo e insignificante en la provincia de Alicante. Aún con la aportación del principal periódico alicantino, el ciclismo no tiene un trato preferente por su redacción, pues el 72,3% de los artículos cuentan con una documentación escasa o provienen de teletipos de agencias, siendo esta práctica la utilizada en su totalidad por *Alicante Plaza*.

4.2. Las competiciones alteran la agenda

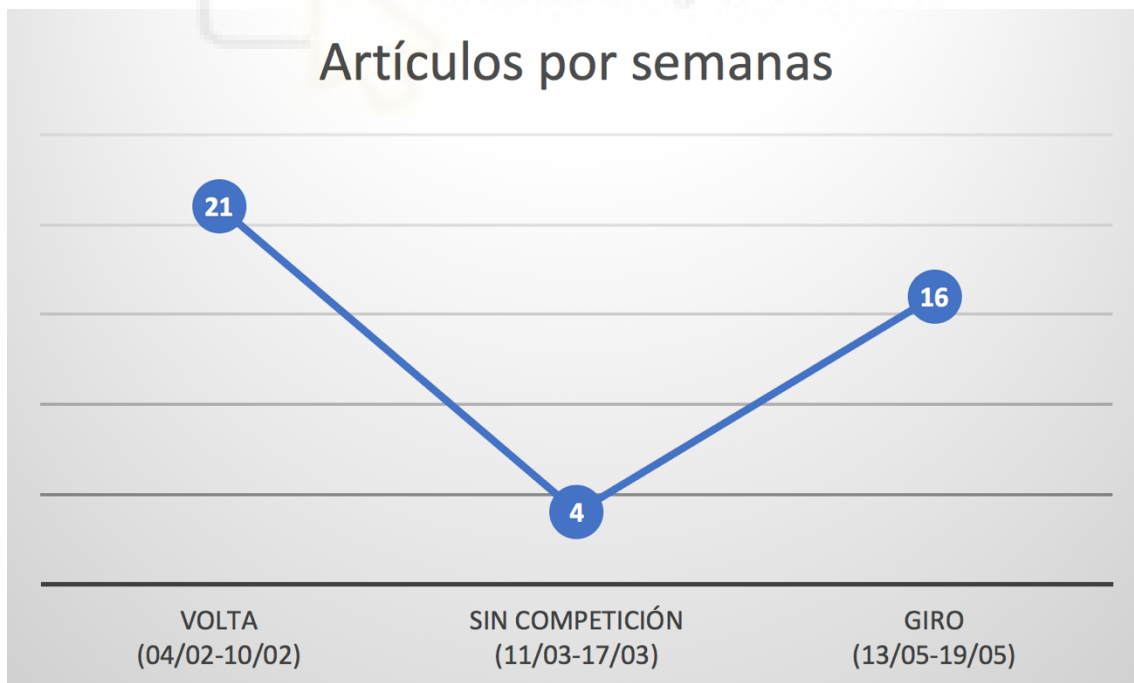


Figura 7: Número de textos por semanas de competición | Elaboración propia

La intención de seleccionar tres semanas distintas para analizar es comprender en qué medida afectan las competiciones a la agenda informativa de los medios. La primera semana, en el mes de febrero, corresponde a la Volta a la Comunitat Valenciana, una carrera ciclista de carácter local y autonómico. La segunda semana encaja en un momento en el que no se está disputando ninguna competición relevante, mientras que la última, en el mes de mayo, casa con el Giro de Italia, una de las tres grandes vueltas del calendario ciclista internacional.

Es por ello que los resultados obtenidos muestran cómo el ciclismo tiene una mayor repercusión –aún lejos de ser importante– en el momento que existe una competición autonómica, con 21 publicaciones. Este hecho refleja y demuestra la teoría del periodismo de cercanía, en la que se explica que un acontecimiento adquiere mayor valor o relevancia para una persona cuando ocurre en su marco más próximo. Por su parte, la semana correspondiente al Giro de Italia tiene también una actividad elevada (16 artículos), puesto que se publican las crónicas de las etapas, aunque todas procedentes desde las agencias. Asimismo, conviene destacar que el diario *Información* realiza un directo con motivo de la carrera italiana para contar el minuto a minuto de las etapas, otorgándole, por tanto, cierta importancia.

Del mismo modo, al estudio realizado ha demostrado que en ausencia de competición oficial, la repercusión del ciclismo es ínfima, quedando relegado a un segundo plano con tan solo cuatro artículos entre los que destacan noticias cortas y carentes de documentación extensa. Bien es cierto que, por ese motivo, en la semana del 11 de marzo hasta el 17 de marzo la provincia de Alicante adquiere un mayor volumen de relevancia, estrechamente ligado con la teoría del periodismo de cercanía, pues dichas noticias se centran en el ciclismo más local, retomando el modelo del interés del lector por informarse de lo que ocurre en su entorno más cercano.

4.3. Contenido: temas polémicos frente a asuntos deportivos

El estudio sobre el tratamiento informativo y mediático sobre ciclismo también se centra en conocer los contenidos principales de las publicaciones sobre dicho deporte. Por ello, cabe destacar el hecho de que prácticamente la mitad de los textos o espacios radiofónicos estén relacionados con temas externos al ciclismo como actividad deportiva y competitiva. El 45% de las publicaciones son noticias, principalmente, de cuestiones que

difieren de resultados o elementos puramente deportivos. Estas referencias se hacen sobre asuntos como los casos de dopaje, los atropellos que sufren los ciclistas en las carreteras –sin ningún tipo de pedagogía, por otro lado– y temas relacionados con la economía, es decir, la capacidad del ciclismo de generar beneficios para las ciudades donde se disputan grandes pruebas.

Áreas temáticas

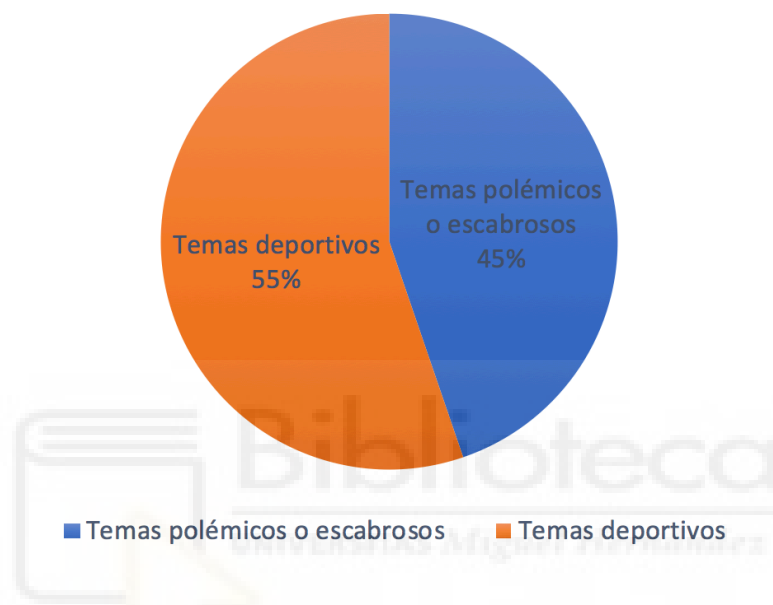


Figura 8: Contenido principal de las publicaciones sobre ciclismo | Elaboración propia

Conviene hacer hincapié en que los medios de comunicación tienen el deber de informar sobre cualquier asunto, sin excepción. Sin embargo, resalta que tan solo el 55% de las publicaciones de ciclismo está relacionado con el deporte, pues de esta forma se influye en la opinión pública generando una audiencia con una visión negativa del ciclismo y frivolizando con temas polémicos, puesto que esos artículos sí que suponen un impacto mediático.

4.4. Estilo periodístico

Otra de las variantes que se analiza en este estudio es el estilo periodístico utilizado por los medios de comunicación cuando tratan asuntos relacionados con el mundo del ciclismo. En este campo temático los resultados obtenidos permiten evidenciar que la crónica deportiva es el estilo mayoritariamente empleado. Las publicaciones objeto de estudio muestran un total de 19 crónicas, mientras que la noticia, en segunda posición,

suma 13 artículos. Es por ello que se revela la necesidad de los medios de comunicación de aportar información a sus lectores u oyentes, aunque en todo momento las crónicas y las noticias no profundizan o se centran en aspectos relacionados con la provincia de Alicante, tan solo muestran el dato del ganador y los acontecimientos importantes de la carrera, muchas de ellos provenientes de agencias de comunicación.

Además, en este estudio destaca el escaso uso de estilos como la entrevista, tan solo dos publicaciones, o el reportaje, un único artículo, en ambos casos publicados por *Información*. Estas dos piezas denotan la falta de contextualización, profundización, elaboración propia e intención de aportar elementos novedosos cuando se trata informativamente el ciclismo. Del mismo modo, cabe destacar el hecho de que el reportaje, con un uso prácticamente nulo como se puede observar en el gráfico (figura 9), sea uno de los estilos con mayor popularidad y que más fácilmente llega al ciudadano como elemento negativo añadido a esta situación.

Igualmente, es necesario resaltar la falta de dos estilos periodísticos eficaces e importantes a la hora de profundizar en un área temática como son los análisis detallados, sin quedarse en lo puramente superficial, y los artículos de opinión. Ambos son capaces de generar en los lectores interés por conocer o informarse sobre ciertos temas, así como acercar el ciclismo a la realidad con un lenguaje claro y conciso sobre este deporte.

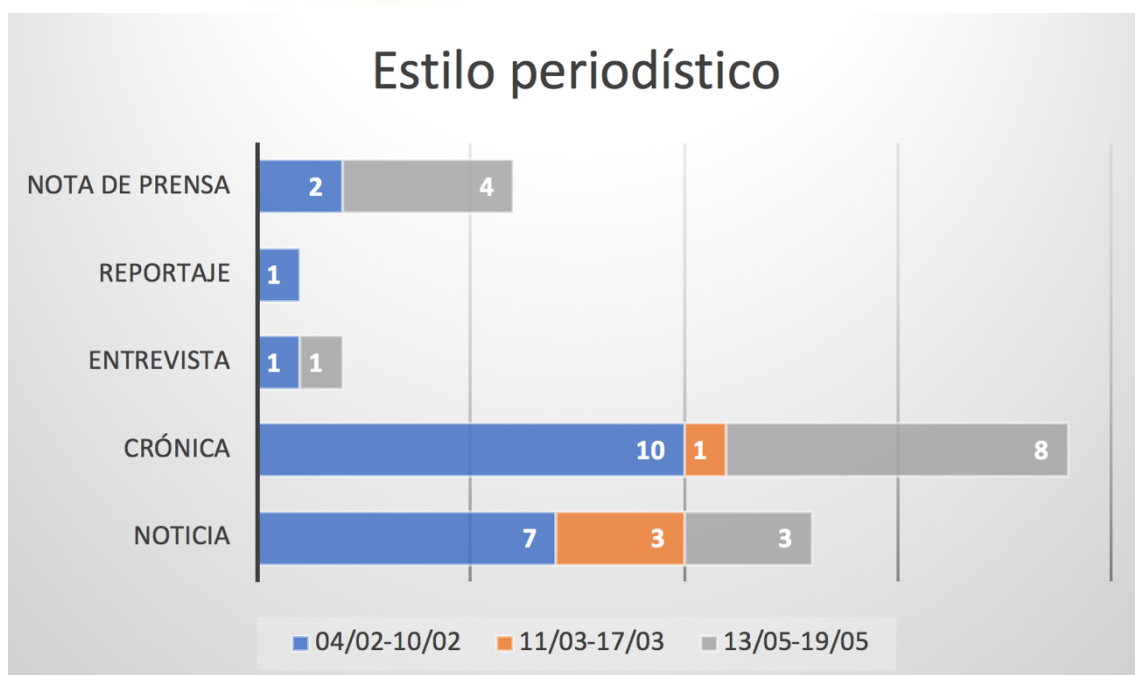


Figura 9: Principales métodos utilizados para tratar el ciclismo | Elaboración propia

4.5. Fuentes: ¿propias o de agencia?

Por lo que respecta a las fuentes utilizadas por los medios de comunicación, destaca de forma considerable el uso de los teletipos de agencia, obviando la posibilidad de hacerse con información por cuenta propia y una correcta documentación. El 81% de las publicaciones analizadas muestran a las agencias como principal forma de obtener información relacionada con el mundo del ciclismo, por parte de los medios digitales y las emisoras de radio. Tan solo un 14% de los artículos –todos correspondientes a *Información*– cuentan con fuentes propias y, por tanto, una elaboración realizada de forma exclusiva por el medio.

Queda constatado que las fuentes de carácter personal, así como las expertas distan mucho de ser relevantes a la hora de referirse al ciclismo en los *mass-media* analizados. Además, recogiendo el testigo de las notas de prensa, el abuso de informaciones externas al deporte produce que un 5% de las fuentes utilizadas sean de carácter oficial al hacer mención a temas relacionados con los accidentes (informes de la Guardia Civil), economía (estudios oficiales o cargos relevantes de las instituciones públicas) o casos de dopaje (sanciones y normativas de la Unión Ciclista Internacional).



Figura 10: Las agencias, fuente abundante en los medios | Elaboración propia

De esta forma, es evidente que la elaboración de las publicaciones ligadas con el ciclismo es poco elaborada y con una documentación lejos de ser una tarea periodística exhaustiva. Entre todos los artículos y los espacios radiofónicos analizados es necesario remarcar que se han obtenido unos resultados que enfatizan y refuerzan la falta de profundización y contextualización –arriba explicado–, pues tan solo cinco textos, dejando a un lado los procedentes de agencia, superan las 400 palabras. Por ello, los resultados demuestran como el ciclismo no es preferencial a la hora de publicar artículos novedosos y, teniendo en cuenta la evolución que ha sufrido en los últimos años, esa repercusión no es acorde a tratamiento que debería tener.

4.6. Interés en la audiencia y ciclismo femenino

Por último, se han obtenido dos resultados que sorprenden y que son necesarios recalcar: si se realiza un periodismo divulgativo que acerque el deporte al lector u oyente y si se hace alguna mención al ciclismo femenino. En ambos casos los resultados son escasos y dejan en muy mal lugar al periodismo de la provincia de Alicante con respecto a la evolución que ha vivido el ciclismo en los últimos años. Por lo que respecta al apartado divulgativo del periodismo, se debe subrayar el hecho de que se han utilizado todas las variables detalladas a lo largo del trabajo para extraer una serie de resultados reveladores.

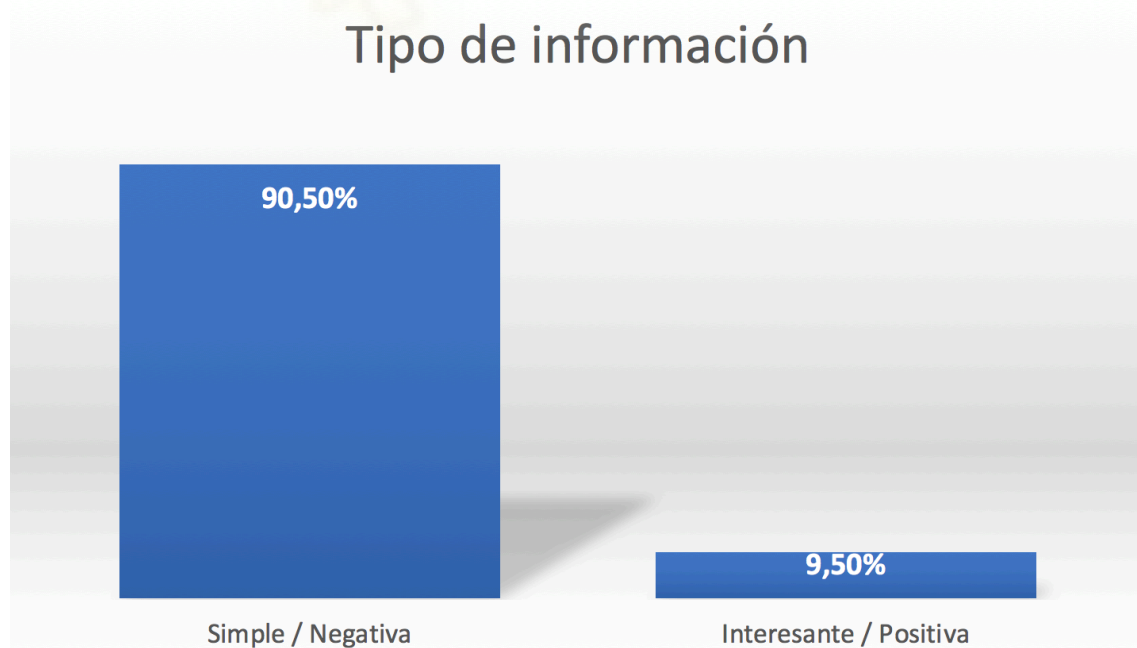


Figura 11: Tipo de información relacionada con el ciclismo | Elaboración propia

Teniendo en cuenta los contenidos, los estilos periodísticos y las fuentes utilizadas, tan solo el 9,5% de los 42 artículos estudiados acercan al lector u oyente a un deporte como el ciclismo. Del mismo modo, únicamente el diario *Información* ha realizado entrevistas y/o reportajes elaborados, con documentación y fuentes propias que puedan generar un interés sobre el ciclismo en la audiencia, es decir que se difunda el deporte como un elemento positivo y que facilite su desarrollo, así como apostar por mantener la evolución de los últimos años. Por su parte, el resto de artículos (90,5%), tal y como aparece reflejado en el gráfico de arriba (figura 11), contienen una información simple, poco elaborada y en muchos casos negativa para los intereses de difusión del ciclismo, generando una situación contraproducente.

Finalmente, cabe destacar la escasa repercusión del ciclismo femenino en los medios de comunicación a nivel provincial, pues sus apariciones son ínfimas. Tan solo en dos publicaciones se menciona o hace referencia, a pesar de que actualmente se está apostando, como una exigencia fundamental de la sociedad, por difundir el deporte femenino y buscar la igualdad. Del mismo modo, un dato sorprendente es el hecho de que tan solo una de las entrevistas del diario *Información* sea a Sandra Alonso, ciclista alicantina de referencia en los campeonatos sub-23. El ciclismo femenino es un mercado que todavía se está expandiendo, por lo que la difusión de los medios de comunicación se hace esencial para proseguir con su desarrollo y, en Alicante, esta situación no se da.

5. CONCLUSIONES

El interés por realizar este análisis surge ante la creciente evolución del ciclismo, como ha quedado demostrado a lo largo del trabajo, y la necesidad de conocer si ese incremento se ve reflejado en los medios de comunicación a través de un tratamiento informativo y una repercusión mediática acorde a los resultados hallados. De esta forma, los datos obtenidos a lo largo de este estudio permiten concluir que, en rasgos generales, se han podido confirmar todas y cada una de las hipótesis que fueron planteadas en el inicio del trabajo.

Los resultados extraídos del análisis de los medios de comunicación muestran una clara disparidad entre la repercusión mediática que obtiene el ciclismo en la prensa escrita digital y la que se genera en las emisoras de radio. Los espacios radiofónicos de la provincia carecen de información ciclista, centrándose única y exclusivamente en el fútbol y el baloncesto. Este vacío informativo en uno de las principales fuentes utilizadas por los usuarios, según datos del OJD y el EGM, provoca que el ciclismo quede silenciado y, por ello, se impida una difusión que continúe facilitando el desarrollo y el crecimiento de los últimos años.

Al hilo con este hecho, la primera de las hipótesis (H1) se corrobora por completo. En este sentido, los datos de la Federación de Ciclismo de la Comunidad Valenciana avalan una evolución del ciclismo en la provincia de Alicante. A pesar de ello, la repercusión mediática, tanto en los digitales analizados como en las radios, es insuficiente y dista mucho del crecimiento vivido en los últimos años. Los deportes minoritarios necesitan ser difundidos para llegar a la gente y que se conozca. Sin embargo, el ciclismo, con una larga trayectoria de cultura deportiva en España, sorprende que no tenga un reconocimiento mediático acorde al número de aficionados, competiciones y practicantes.

Del mismo modo, la hipótesis (H2) se cumple de forma clara. Las diferentes competiciones en disputa alteran la agenda de los *mass-media*, pues existe una clara distinción entre el número de publicaciones de ciclismo en las tres semanas analizadas en el estudio. En el mes de febrero –con la disputa de la Volta a la Comunitat de Valenciana– los artículos se centran en las crónicas de las etapas, al igual que ocurre en la semana estudiada en el mes de mayo, correspondiente al Giro de Italia. En marzo, sin ninguna competición de relevancia, las publicaciones son ínfimas y con poca elaboración. En

definitiva, los medios de comunicación informan sobre ciclismo cuando existe una competición que les marque la agenda, pero cuando éstas desaparecen no apuestan por mantener publicaciones de ciclismo de forma constante, sino que lo obvian y, por consiguiente, lo silencian.

Una de las conclusiones más evidentes que surge de la realización de este trabajo es la poca profundidad y documentación que utilizan los medios de comunicación para informar sobre ciclismo, corroborando, de esta forma, la tercera hipótesis (H3). Esta situación se demuestra puesto que en más del 80% de las publicaciones analizadas los diarios digitales y/o las emisoras radio utilizan los teletipos y las notas de agencia como fuente principal para publicar los artículos relacionados con el mundo del ciclismo. Además, el predominio de la crónica, frente al uso de las entrevistas o los reportajes, muestra si –cabía algún tipo de duda– una carencia de documentación y profundidad incuestionable, utilizando, aunque sea malsonante, la ley del mínimo esfuerzo.

Por lo que respecta al contenido, la ausencia de un trabajo periodístico elaborado produce que la información sea tratada de forma general y, por tanto, los temas relacionados con el ciclismo en la provincia de Alicante (H4) sean irrisorios. Al tratarse de medios de comunicación locales, conviene que se haga una pequeña distinción entre los ciclistas de la provincia para promocionar el ciclismo local y que, con eso, la publicación adquiera una dimensión diferente, así como una particularidad única y singular. Más si cabe si tenemos en cuenta la teoría del periodismo de cercanía, reflejada en este estudio, en la que los lectores adquieren un mayor volumen de interés cuando se tratan asuntos relacionados con su entorno más cercano.

Asimismo, los resultados del estudio realizado permiten concluir que el ciclismo tiene una gran repercusión cuando nos centramos en elementos externos al propio deporte, especialmente en temas polémicos o escabrosos. Es por ello que dicha hipótesis (H5) queda completamente demostrada, pues el 45% de las publicaciones analizadas corresponden a temas relacionados con casos de dopaje o atropellos de ciclistas aficionados. Esta situación repercute de forma negativa en el ciclismo. La sobreexposición de acontecimientos externos al ciclismo, así como el déficit de noticias centradas únicamente en el deporte, produce en los usuarios –siendo los patrocinadores el principal problema– una visión carente de positivismo, reaccionando negativamente y generando prejuicios sobre el mundo de la bicicleta.

Por último, y relacionado de forma directa con lo explicado anteriormente, se echa en falta un periodismo que acerque el ciclismo al interés de los lectores y oyentes. La falta de profundidad y elaboración de las publicaciones produce que el usuario no sienta atracción por leer los artículos, ya que carecen de detalles que lo identifiquen como único y que aporten algún dato o historia interesante. Aumentar de forma considerable el uso de reportajes con la documentación adecuada –tan solo encontramos uno del diario Información con un asunto curioso– y las entrevistas personales, que brillan por su ausencia, provocaría un cambio en el panorama periodístico ciclista, avocado de forma cada vez más palpable a la especialización si se quiere conseguir un periodismo de calidad y que aborde los temas con entusiasmo y con capacidad de generar fascinación entre los aficionados.

Igualmente, uno de los cambios que produciría un alteración radical en el panorama periodístico generalista en relación al ciclismo sería la utilización de análisis detallados, así como artículos de opinión. La carencia de ambos estilos en la actualidad provoca una distancia entre el medio de comunicación y los lectores, oyentes o espectadores, pues se informa de manera fría y simple. Un lenguaje claro y conciso, con capacidad para incluir al usuario y divulgar el ciclismo sería conveniente para favorecer el desarrollo del deporte de las dos ruedas.

En definitiva, el uso excesivo de las fuentes de agencia, las crónicas, la poca presencia del ciclismo de la provincia de Alicante, la abundante repercusión negativa y la falta de profundidad y documentación, evidente a lo largo de este Trabajo de Fin de Grado, manifiesta cómo el tratamiento informativo y la repercusión mediática del ciclismo no transcurre de forma paralela a la realidad social que vive este deporte. La evolución que ha sufrido en la provincia de Alicante no se ve reflejada en los principales medios de comunicación, que siguen apostando por un periodismo deportivo poco elaborado y destinado a provocar el *'click'* fácil con el menor esfuerzo posible.

Aunque los resultados del estudio comprueban de manera evidente una situación que se observa a simple vista, este estudio queda emplazado a seguir ampliando horizontes como el ciclismo femenino y demás métodos periodísticos para el tratamiento informativo del ciclismo. Es cierto que este trabajo incluye un pequeño apartado acerca del ciclismo femenino, pero actualmente es un campo que está en pleno auge y que no obtiene el reconocimiento que se merece.

Es por ello que a través de este estudio se plantea la posibilidad de seguir ampliando las líneas de investigación y, de esta forma, profundizar en las causas que provocan esta falta de repercusión del ciclismo en los medios de comunicación. En principio, la falta de rentabilidad económica que los productos periodísticos encuentran en informar sobre ciclismo se evidencia como principal causa. Sin embargo, esto supone un planteamiento equivocado, ya que como ha quedado demostrado en este estudio, la buena salud de afición al ciclismo es innegable. A pesar de ello, los medios convencionales no realizan un esfuerzo periodístico por atraer a esa audiencia, que prefiere mantenerse informado por otros canales como las revistas especializadas o los canales de YouTube de análisis experto y detallado.



6. BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN

Estudios oficiales

EGM. (2019). Ranking de diarios. 17/03/2019, de Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación Sitio web: <http://reporting.aimc.es/index.html#/main/diarios>

FCCV. (2019). Calendario 2019. 15/04/2019, de FCCV Sitio web: <http://fccv.es/index.php/es/smartweb/seccion/calendario/valenciana/2019>

GESOP. (2015). Barómetro de la Bicicleta en España. 13/05/2019, de Red de Ciudades por la Bicicleta Sitio web: www.ciudadesporlabicicleta.org/2015/10/27/barometro-de-la-bicicleta-2015/

INE. (2018). Anuario INE 2018. 15/04/2019, de INE Sitio web: http://www.ine.es/prodyser/pubweb/anuario18/anul8_completo.pdf

OJD. (2019). Evolución Audiencia ALICANTEPLAZA.ES. 15/03/2019, de OJD Sitio web: <https://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales/alicanteplaza-evolucion-audiencia/totales/anual/7635/trafico-global/#>

RFEC. (2019). Clubes España. 15/04/2019, de RFEC Sitio web: <https://rfec.com/index.php/es/smartweb/seccion/seccion/rfec/Clubes>

Revistas académicas

De la Cruz Moreno, Juan Francisco (2002): Periodismo y ciclismo. 15/04/2019, de Revista Latina de Comunicación Social, 50.

Rojas, José Luis. (2011). Periodismo Deportivo de calidad: propuesta de un modelo de libro de estilo panhispánico para informadores deportivos. España: Fragua.

Ronda Iglesias, Javier. (2010). El periodismo especializado: el gran reto del periodista. Ambitos, VII, 107.

Sebastián, Raúl y Páramo, Víctor. (2014). Ética del deporte y dopaje. El caso Armstrong. Fair Play, 2, 22.

Estudios académicos

Heuberger, Jules. (2012). Erythropoietin doping in cycling: lack of evidence for efficacy and a negative risk–benefit. 17/05/2019, de British Journal of Clinical Pharmacology Sitio web: <https://bpspubs.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/bcp.12034>

Medina, Manuel. (2013). El dopaje en el ciclismo Estudio de noticias en televisión. 18/04/2019, de Universidad Complutense de Madrid Sitio web: <http://bit.ly/2wtvgOB>

Monzú, Juan Pedro. (2015). Patrocinio deportivo y ciclismo. 15/05/2019, de Iusport Sitio web: <https://iusport.com/art/5596/patrocinio-deportivo-y-ciclismo>

Morente, Jaime; Mateo, Manuel; Freire, Carmen y Zabala, Mikel. (2013). Opinión y experiencia respecto al dopaje de los directores nacionales de ciclismo españoles. 15/04/2019, de Facultad de Ciencias del Deporte, Universidad de Granada. Sitio web: http://archivosdemedicinadeldeporte.com/articulos/upload/or03_159.pdf

Pardo, Rodrigo y Bodin, Dominique. (2012). Análisis de prensa de los casos de dopaje de Marta Domínguez y Alberto Contador: ¿héroes o villanos?. 17/04/2019, de Universidad Politécnica de Madrid Sitio web: <https://core.ac.uk/download/pdf/38816509.pdf>

Pérez, Laura. (2015). Análisis de la visibilidad del patrocinio deportivo: estudio de las audiencias y repercusión en Twitter. 15/04/2019, de Universidad de Valladolid Sitio web: <http://bit.ly/2KOp2Bh>

Entrevistas / fuentes orales

López, Antonio (2019). Delegado en Alicante de la FCCV. Entrevista realizada el 22/04/2019.

Ordinana, Bernardo (2019). Directo CC Ilicitano. Entrevista realizada el 22/04/2019.

Vilares, Román (2019). Director de la revista *Ciclo Magazine*. Entrevista realizada el 07/05/2019

Comunicados oficiales

Benson, Daniel. (2018). Lefevere: We have a team in 2019 but sponsor hunt continues. 18/05/2019, de Cyclingnews Sitio web: <http://www.cyclingnews.com/news/lefevere-we-have-a-team-for-2019-but-sponsor-hunt-continues/>

T. Tygart, Travis. (2012). Statement From USADA CEO Travis T. Tygart Regarding The U.S. Postal Service Pro Cycling Team Doping Conspiracy. 17/05/2019, de USADA Sitio web: <http://cyclinginvestigation.usada.org/>



ANEXO I: ENTREVISTA A ANTONIO LÓPEZ

Delegado de la Federación de Ciclismo de la Comunidad Valenciana en Alicante.

“El ciclismo necesita promoción para seguir creciendo, sin embargo existen carreras muy importantes a nivel provincial que quedan silenciadas”

Pregunta: La provincia de Alicante cuenta con una gran cuna de ciclismo. Sin embargo, no es uno de los deportes con mayor repercusión...

Respuesta: Yo me acuerdo que hace un años el ciclismo movía a mucha gente, cuando había cualquier evento de ciclismo las carreteras estaban a tope. Sin embargo, lleva unos años en los que el dopaje le ha hecho mucho daño al ciclismo. Por esta razón, los patrocinadores se han echado para atrás. Hablo de hace mucho tiempo, pero cada festejo de cualquier ciudad o pueblo tenía una carrera ciclista. Además de que los patrocinadores se han ido, las trabas de los últimos años para poner en marcha una competición ciclista son muchas. Hay que organizar, seguridad... y les está costando mucho a los clubs ciclistas, aunque es cierto que los últimos años estamos viendo un repunte. Solamente para una carrera de cadetes, por ejemplo, el Ayuntamiento te pide 109 voluntarios para cubrir cruces. Por ello, las carreras se han ido a circuitos: urbanos, velódromos... y ya no son tan vistosas, aunque se está tratando de revertir la situación.

P: Los datos de ciclismo como actividad deportiva siguen siendo muy altos, incluso incrementando, por lo que a nivel de afición continúa en pleno auge. Sin embargo, los medios de comunicación no se hacen eco de forma suficiente. ¿A qué cree que se debe ese vacío informativo?

R: Sorprende que no haya tanta repercusión cuando el ciclismo como actividad deportiva es una de las mayores en España, está muy extendido. Sin embargo, el problema reside en el hecho de que a nivel competitivo, en la provincia de Alicante, no se ve reflejado esa cantidad de gente que disfruta de la bicicleta cada fin de semana. En el ciclismo de base hemos vivido épocas muy pobres, aunque estos últimos años se está recuperando. Al final lo difícil es encontrar un patrocinador fiel, que esté muchos años y eso dificulta que el nivel competitivo tenga el potencial como para tener la repercusión suficiente en los medios de comunicación.

P: Los datos de los últimos años dejan a la vista que se ha aumentado el número de equipos en la provincia, pero ¿en la federación se poseen datos de cuanto ha crecido el número de clubs en la provincia con respecto al resto de España?

R: La provincia de Alicante tiene una gran importancia nacional a nivel ciclista. El ciclismo siempre ha tenido mucho arraigo, aunque en nivel élite existen muy pocos ciclistas que compitan como profesionales. A pesar de ello, los datos de los últimos años son esperanzadores, pues la Comunidad Valenciana se encuentra en tercer lugar como región con mayor número de equipos, por delante incluso del País Vasco, aunque allí el nivel es muchísimo mayor. Eso implica que la provincia de Alicante, que ha crecido en los últimos tres años, se haya colocado en los puestos más elevados como provincia que más equipos aporta a la totalidad del territorio español.

P: El papel que juegan las escuelas es fundamental para que los niños vayan familiarizándose con el deporte y vayan aumentando su pasión y no decidan abandonar por otros deportes. ¿Cómo definiría su labor?

R: Lo valoro como un elemento fundamental, son claves a la hora de conseguir que los niños comiencen a apasionarse por el deporte y disfruten del ciclismo. Porque lo bueno que tiene este deporte es que una vez entras en la dinámica es un deporte que engancha. Tenemos que asegurar el ciclismo base para seguir potenciando el crecimiento en la provincia, porque ahora se están dando los primeros pasos.

P: La gran masa de clubs son escuelas, cadetes, juveniles..., pero existen muy pocos élite o sub-23. Entendiendo la dificultad del ciclismo profesional, se intenta apoyar la creación de equipos sub-23 potentes con objetivo de ser referencia a nivel nacional?

R: Ese es uno de los objetivos principales de la federación. Para ello se ha impulsado la creación de un buen calendario para que esos ciclistas puedan correr. Los organizadores ponían en marcha carreras de máster, porque éstos pagan su inscripción. Por ello, desde lo que yo puedo aportar, estoy tratando de conseguir que esas carreras también tengan su versión sub-23 para de esta forma darle promoción a las carreras y además que los ciclistas compitan en pruebas de nivel. Es importante en ese tipo de categorías que los ciclistas salgan fuera, que compitan en otros países donde hay un nivel excelente en este tipo de categorías. El paso hacia esta categoría es el que tenemos que fortalecer si queremos que la provincia vuelva ser una referencia como estamos consiguiendo estos

últimos años, aunque muy lejos del objetivo marcado. Hemos pasado años peores, pero en 2019 en la provincia hemos conseguido que se consoliden cuatro equipos sub-23.

P: Al hilo con esto, ¿existen ayudas, económicas o de cualquier tipo, para favorecer la creación de equipos?

R: La Federación no tiene la capacidad de aportar dinero a los clubs ciclistas. Nosotros nos encargamos de facilitar el encontrar patrocinadores, organizar eventos y competiciones y gestionar lo relacionado con las fichas federativas. Los equipos dependen mucho de la Federación, pero no podemos generar ayudas económicas, porque se podrían crear situaciones de discriminación y, en estos momentos tampoco tenemos la capacidad para poder hacerlo.

P: ¿Le gustaría que los medios de comunicación locales se hicieran eco de acontecimientos de menor trascendencia, pero muy importante para el ciclismo en la provincia?

R: Por supuesto, soy consciente de que el ciclismo, por los motivos que sean, no abre los periódicos, pero no creo que a diarios como el Información les cueste mucho escribir un breve en la página de deportes con los principales resultados del fin de semana. Eso genera expectación entre los cadetes y los junior por verse en las páginas de los periódicos. Al final, un deporte como el ciclismo necesita de promoción para seguir creciendo y hay algunas carreras muy importantes en el territorio provincial que se quedan silenciados. Luego ves torneos de verano de fútbol y aparecen como auténticas estrellas, dejando que no se tratan todos los deportes de la misma forma.

P: El año 2019 ha sido y será muy importante a nivel ciclista en Alicante, pues la provincia jugó un papel esencial en la Volta a la Comunitat y en agosto partirá desde Santa Pola (con tres etapas en territorio alicantino) la Vuelta a España. Imagino que con gran satisfacción desde la federación.

R: La FCCV llevaba años persiguiendo que la Comunidad Valenciana volviera a ser el inicio de la Vuelta a España, por lo que desde que se dio la noticia estamos enormemente satisfechos y con ganas de que llegue la fecha para poder disfrutar de un espectáculo así. Por lo que respecta a Alicante, la promoción que supone no tiene precio y esperamos que un acontecimiento como este sirva para seguir potenciando el ciclismo en la provincia y se mantenga la evolución que hemos sufrido en los últimos años.

ANEXO II: ENTREVISTA A ROMÁN VILARES

Director de la revista especializada en ciclismo *Ciclo Magazine*

“Los medios especializados en ciclismo tienen una mayor capacidad para profundizar, dotándole de un valor diferencial y potenciando su desarrollo”

Pregunta: ¿En qué medida afecta la especialización en la difusión del ciclismo?

Respuesta: Como en todas las ramas de la sociedad, la especialización permite acercar de forma muy concreta temas que quedarían en el olvido. Al final el ciclismo, a pesar de su gran arraigo en España, no tiene una repercusión muy elevada. Por ello, los medios especializados consiguen focalizarse en el público o target objetivo y tratar de satisfacer sus necesidades informativas, que son mucho más exquisitas que las que les otorgan los medios generalistas, incluso los deportivos. De esta forma, la especialización se hace necesaria por ambas partes, pues existían periodistas que preferían volar libres y no estar sometidos a los métodos y las agendas arcaicas, aunque se siguen manteniendo.

P: ¿Siempre han sido los medios especializados importantes en el mundo del ciclismo?

R: Los medios especializados en ciclismo existen desde hace mucho tiempo, pero en esta última década han adquirido un papel fundamental para recibir una información de calidad, pues los medios generalistas siguen anclados en conseguir llegar al mayor número de audiencia posible. Además, en los últimos tiempos se ha producido un traslado de periodistas desde el sector generalista hacia el especializado, por lo que los medios de siempre pierden esa capacidad de profundización que sí se consigue en los medios especializados.

P: Al hilo con lo que comentaba, ¿por qué existe tanta diferencia entre el periodismo generalista y el periodismo especializado en el mundo del ciclismo?

R: El periodismo especializado permite profundizar y contextualizar con rigor los hechos noticiosos. Además, en ciclismo el dominio de las fuentes, muchas de ellas de fácil acceso, enriquece las publicaciones, otorga una gran credibilidad a los artículos y suponen un enorme interés para la audiencia. Ese es el principal elemento diferenciador. Al final en los grandes medios como *Marca* o *As* cuando Alejandro Valverde o Alberto Contador

consiguen triunfos importantes reciben una repercusión merecida. Sin embargo, existen muchos ciclistas de menor nivel, o incluso los sub-23, que también necesitan un medio en el que poder promocionarse y expresarse. Es en ese punto cuando el periodismo especializado en ciclismo adquiere un valor diferencial y que supone una enorme ayuda en su desarrollo.

P: ¿A qué cree que se debe que el periodismo generalista prosiga con sus métodos de siempre y centrándose en aspectos lejos del interés de la audiencia fiel al ciclismo?

R: Se trata de una situación sorprendente, pues a día de hoy los principales medios de comunicación sigan centrándose en la escasa elaboración y los temas polémicos cuando en estos momentos los números de audiencia en ciclismo son muy elevados. Cuando hay alguna gran carrera las redes sociales son un ejemplo claro. Sin embargo, los medios generalistas abusan mucho de la producción escueta y las agencias, porque al dar preferencia a temas polémicos generan un mayor número de visitas al imponer métodos sensacionalistas. Los artículos con fuentes propias brillan por su ausencia, por lo que el público objetivo y aficionado al ciclismo decide consultar la prensa especializada para conocer historias novedosas y no tan solo los resultados de las grandes vueltas.

P: ¿Considera que esa situación provoca que el público menos familiarizado con el ciclismo genere una actitud negativa sobre este deporte?

R: Evidentemente, al final la gente que no conoce de cerca el ciclismo se escandaliza cuando surgen los desgraciados casos de dopaje. Esa labor es la principal del periodismo y aquí defendiendo a esta profesión, pues es necesario informar sobre esos hechos bochornosos. Sin embargo, el problema aparece cuando gran parte de tus publicaciones son sobre estos casos, ahí es donde se genera una actitud negativa –como comentabas– que es muy poco beneficiosa para el ciclismo. Con estas prácticas da la sensación de que en el ciclismo tan solo ocurren asuntos relacionados con el dopaje; y no es así.

ANEXO III: ENTREVISTA A BERNARDO ORDIÑANA

Director del Club Ciclista Ilicitano

“Contamos con formatos propios en los que publicar nuestros artículos y fomentar que los ciclistas sientan ilusión por verse reflejados”

Pregunta: Los datos de la FCCV son esperanzadores en cuanto al crecimiento del ciclismo en Alicante los últimos años, ¿en qué medida lo ha notado? ¿considera que irá a más en un futuro?

R: Es cierto que en los últimos años se ha vivido un repunte. Yo no cuento con datos concretos, pero las sensaciones son positivas porque cada año debemos pedir nuevas licencias a la Federación. Soy escéptico a la hora de definir si seguirá creciendo en un futuro, puesto que hemos pasado años muy malos en los que las dificultades eran todavía mayores que en la actualidad.

P: En ese crecimiento las escuelas juegan un papel fundamental. Desde tu posición, ¿qué importancia adquieren para el desarrollo del ciclismo?

R: Su importancia es total y absoluta, pues supone el primer paso de iniciación en el mundo del ciclismo. Es cierto que gran parte de los niños que recibimos tienen una tradición familiar ligada al ciclismo y al final cuando acceden a una escuela no lo hacen de primeras. A pesar de ello sí que tenemos casos de chavales que conocen a niños de la escuela y ese “boca a boca” genera que vengan desde un entorno exterior simplemente a practicar el deporte. Es en ese punto donde las escuelas son importantes, pues al final los padres son los que tienen que llevar a los niños a las competiciones y también les enganchan a ellos, en cierto modo. Aunque las escuelas son esenciales, lo importante es saber mantenerles en categoría de cadete o junior, porque ahí se fortifica la relación adquirida con el ciclismo.

P: En relación a lo que comentaba, ¿en qué momento se produce la gran criba de ciclistas, es decir, cuándo abandonan muchos jóvenes el deporte competitivo?

R: El momento clave es la categoría de junior, pues a partir de ahí subes a un nivel semiprofesional. Es por ello que el esfuerzo y las horas de entrenamiento que le quieras dedicar y tus aspiraciones para el futuro juegan un papel esencial. Aún siendo muy jóvenes, deben decidir si quieren intentar llegar al profesionalismo o deciden abandonar

la competición. Además de tu capacidad mental y física, pues no todos valen para la categoría sub-23, entran factores externos que se alejan de las manos de los ciclistas, pues es necesario que un equipo crea en ti y te fiche para seguir progresando. Por eso, la falta de un gran tejido de sub-23 en la provincia implica que las dificultades sean mayores. En definitiva, que la categoría clave en la progresión del ciclismo en Alicante seguirán siendo los junior.

P: Por lo que respecta a las competiciones autonómicas, ¿considera que existe un gran calendario?

R: El calendario es potente y mejor, incluso, que en años anteriores. Hay pruebas de mucho nivel aquí en Alicante. Es la provincia donde más competimos con diferencia. Considero que las grandes pruebas y las que marcan la diferencia en la Comunitat se encuentran en la provincia de Alicante, ya que aquí se pueden diseñar recorridos mucho más atractivos para competir debido a la cercanía entre el mar y la montaña. A pesar de ello, no soy partidario de que las competiciones sean únicamente autonómicas. Aprovecho para decir que considero que sería importante que se plantease un calendario nacional de prestigio para aumentar considerablemente el nivel. Al final, la falta de equipos profesionales en España dificulta mucho el ascenso de jóvenes al profesionalismo, por lo que mejorar el nivel de competición y, de esta forma, promocionarse para los equipo extranjeros yo creo que sería muy importante.

P: ¿Cuál es vuestra relación, la del club, con los medios de comunicación?

R: Nuestra relación es nula o prácticamente nula. Alguna vez hemos hablado con *Yo Soy Noticia* para algún reportaje de los chicos, pero poco más. Aquí en la provincia ningún medio nos ha contactado para darnos difusión ni nada por el estilo. Nosotros nos centramos en competir y en sacar nuestras propias publicaciones para que, los críos principalmente, sientan la ilusión de ver sus resultados. ¿Nos gustaría que hubiera un mayor acercamiento? Sin duda, pero de momento nos apañamos bien. La Federación sí sé que envía notas de prensa porque alguna vez nos han pedido información, pero el resto, ninguna.