

Reglamento de la Pontificia Universidad Javeriana

Artículo 23

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católicos y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA – FACULTAD DE COMUNICACION
Y LENGUAJE**

CARRERA DE COMUNICACION SOCIAL

RESUMEN DEL TRABAJO DE GRADO

Este formato tiene por objeto recoger la información pertinente sobre los Trabajos de Grado que se presentan para sustentación, con el fin de contar con un material de consulta para profesores y estudiantes. Es indispensable que el Resumen contemple el mayor número de datos posibles en forma clara y concisa.

I. FICHA TÉCNICA DEL TRABAJO

1. Autor (es): (Nombres y Apellidos completos en orden alfabético).

César Alberto Dussán Lugo

Hernando Luis Vergara Stavro

2. Título del Trabajo: El Ciclismo Colombiano en los Últimos 20 Años: Crisis Deportiva y Mediática.

3. Tema central: Seguimiento histórico, social y cultural del ciclismo colombiano y de los medios de comunicación frente a este tema en los últimos 20 años.

4. Subtemas afines: Historia Deportiva, Cultura Deportiva, Cultura de Masas, Análisis de Medios, Análisis de Fenómenos Sociales.

5. Campo profesional: Periodismo.

6. Asesor del Trabajo: (Nombres y Apellidos completos).

Orlando Plata Garavito.

7. Fecha de presentación: Mes: Enero **Año:** 2010 **Páginas:** 105

II. RESEÑA DEL TRABAJO DE GRADO

1. Objetivo o propósito central del Trabajo: Reconocer los procesos culturales, deportivos y sociales que ha afrontado el ciclismo en Colombia durante estos últimos 20 años.

2. Contenido (Transcriba el título de cada uno de los capítulos del Trabajo)

Deporte y Sociedad, La Cultura Deportiva en Colombia, Historia Deportiva del Ciclismo en Colombia, ¿Por Qué Decae Tanto el Ciclismo en Colombia?

3. Autores principales (Breve descripción de los principales autores referenciados)

Matt Rendell: Escritor y periodista británico especializado en la cultura deportiva. Trabaja en el periódico británico *Observer Sports Monthly* y es enviado especial del medio italiano *La Gazzetta dello Sport*. Escritor del libro “Reyes de las Montañas” en el año 2003.

Fabio Rincón: Periodista y escritor colombiano especializado en ciclismo. Actualmente especialista de ciclismo de los periódicos Diario Deportivo y El Tiempo. Escritor del libro “Rutas de Gloria”.

Héctor Urrego: Licenciado en educación física y periodista de la cadena radial de Colombia RCN. Director de ciclismo en Antena 2 del programa “La Hora del Ciclismo”, como también de la revista especializada “Mundo Ciclístico”.

Pierre Laguillaumie: Sociólogo francés especializado en el análisis de cultura deportiva, eventos culturales y medios de trabajo. Analista de la sociología del deporte y de sus medios de producción y explotación laboral. Escritor del libro “Deporte, Cultura y Represión”.

Jean Marie Brohm: Sociólogo francés y profesor de la Universidad de Montpellier. Fundador de la revista *Quel Corps* y editor de la revista *Répertoire* de Francia, uno de los críticos de la cultura deportiva en Francia. Escritor del libro “Psicología Política del Deporte”.

Norbert Elias: sociólogo judío-alemán cuyo trabajo se concentró en la relación entre poder, comportamiento, emoción y conocimiento. Ha dado forma a la llamada *sociología figuracional* (figurational sociology). Fue poco conocido en el campo académico hasta los años 70, cuando fue "redescubierto". Su trabajo de una sociología histórica, puede explicar estructuras sociales complejas sin menoscabo de agencias individuales. Escritor del libro "Deporte y Ocio en el Proceso de la Civilización".

4. Conceptos clave (Enuncie de tres a seis conceptos clave que identifiquen el Trabajo).
Ciclismo colombiano, cultura deportiva, comunicación de masas, medios de comunicación, idiosincrasia cultural.

5. Proceso metodológico. (Tipo de trabajo, procedimientos, herramientas empleadas para alcanzar el objetivo).

Este trabajo de grado es una investigación periodística sobre los fenómenos sociales, culturales, deportivos y económicos que han envuelto al ciclismo colombiano a lo largo de estos últimos 20 años. Es un seguimiento a los comportamientos sociológicos y antropológicos de ciclistas, aficionados y medios de comunicación frente a los sucesos de éxitos y fracasos.

A través de la consulta de textos, periódicos y de expertos en el tema, se desarrollaron temas que rodean a esta actividad deportiva y permitieron destapar aspectos que no ha tenido mayor bagaje en trabajos académicos.

6. Reseña del Trabajo (Escriba dos o tres párrafos que, a su juicio, sintetizen el Trabajo).

Este es un trabajo de investigación que recupera la historia del ciclismo colombiano de estos últimos 20 años y la quiere dar a conocer de una manera clara y sencilla. Esto, con el propósito de que los estudiantes universitarios tengan la posibilidad de acceder a ella y de

poder comprender los fenómenos que envolvieron al ciclismo durante esta etapa de su historia.

Además es un intento por recuperar y conocer con mayor profundidad la idiosincrasia cultural del ciclismo y lo que éste mismo representa para las comunidades rurales del país, ya que allí se concentra la mayor cantidad de seguidores de este deporte. También como un análisis de la forma en que el ciclismo ha evolucionado en el país y de tener en cuenta algunas fallas que ayudaron a su decaimiento.

III. PRODUCCIONES TECNICAS O MULTIMEDIALES

1. Formato : (Vídeo, material escrito, audio, multimedia o producción electrónica)

Un trabajo escrito que cuenta con 80 páginas.

2. Duración para audiovisual: _____ minutos.

Número de cassettes de vídeo: _____

Número de cassettes de audio: _____

Número de disquettes: _____

Número de fotografías: _____

Número de diapositivas: _____

3. Material Impreso: Tipo : Trabajo escrito **Número páginas:** 80 páginas

4. Descripción del contenido: Un trabajo escrito que tiene descripción histórica, investigación periodística, análisis de medios de comunicación y de masas receptoras.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestros padres por darnos la oportunidad de realizarnos profesionalmente y de apoyarnos en este camino. A nuestras familias quienes con su motivación nos ayudaron a alcanzar nuestras metas y a no desfallecer. A nuestro director de grado Orlando Plata Garavito, por enseñarnos, guiarnos y asesorarnos en el proceso con tanta dedicación y paciencia, con el fin de aportarnos los conocimientos necesarios para poder estructurar de manera adecuada este trabajo de grado.

Por supuesto a todos los que amablemente nos colaboraron en el desarrollo investigativo de la tesis, a los periodistas Héctor Urrego y Aycardo Torres, a los ciclistas Santiago Botero, Libardo Niño, Israel Ochoa, Fabio Montenegro e Iván Parra y al dirigente Baltasar Medina, a todos por su colaboración y su disposición para aportar de alguna forma en el desarrollo del trabajo.

De igual forma, a la Pontificia Universidad Javeriana, especialmente a la Facultad de Comunicación y Lenguaje, plantel educativo que nos proporcionó la teoría aplicada en el siguiente trabajo de grado. Por último a Dios, quien espiritualmente nos alimenta, nos da fortaleza y sabiduría para de la mano de Él superar los obstáculos y alcanzar así los sueños. Y a las personas cercanas que saben el empeño y el esfuerzo con el que hicimos este trabajo, ellas nos dieron el ánimo y creyeron en nuestras capacidades.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	16
1. CULTURA DEPORTIVA	18
1.1. EL DEPORTE Y LA SOCIEDAD	18
1.1.1. El Deporte como Fenómeno de Alienación	19
1.1.2. La Política en el Deporte	23
1.1.3. Propaganda Política y Deporte	27
1.1.4. El Deporte Como Factor de Desarrollo Económico	29
1.1.5. Deporte y Cultura de Masas	32
2. ANÁLISIS SOCIO – CULTURAL DEL CICLISMO EN COLOMBIA	35
2.1. Cultura Alrededor de la Bicicleta	35
2.2. La Euforia Alrededor del Ciclismo Colombiano	40
2.3. El Ciclista Colombiano	46
3. HISTORIA DEPORTIVA DEL CICLISMO EN COLOMBIA	54
3.1. Los Años Maravillosos de la Historia del Ciclismo Colombiano	54
3.1.1. Origen de la Bicicleta en Colombia	54
3.1.2. Origen del Ciclismo en Colombia	56
3.1.3. Los Primeros Pedaleos en la Edad de Piedra	58
3.1.4. La Gran Escuela Antioqueña	62
3.1.5. Años de los Récords	66
3.1.6. Los Años Maravillosos	69
3.2. Los Años Oscuros del Ciclismo Colombiano	76
3.2.1. A la Sombra de los Grandes	76
3.2.2. Hacia un Nuevo Milenio	86
4. ¿POR QUÉ DECAE TANTO LA POPULARIDAD DEL CICLISMO EN COLOMBIA?	95
4.1. El Abandono de los Medios de Comunicación	96
4.2. La Llegada de la Televisión Satelital	101
4.3. Un Mercado Competitivo	104
4.4. Los Huella que Dejó el Narcotráfico	107
4.5. La Globalización del Ciclismo Bajo las Políticas de la UCI	112
CONCLUSIONES	116
BIBLIOGRAFÍA	117

INTRODUCCIÓN

Por intermedio de esta tesis, se pretende recopilar y hacer una reflexión sobre el ciclismo en Colombia, más precisamente entre las décadas de los años 90 y la primera del nuevo siglo. Además es de gran importancia hacer un seguimiento sobre la historia y el desarrollo de un deporte que ha generado transformaciones sociales y culturales en un país que vive este tipo de actividades con gran pasión y exagerado optimismo.

En el desarrollo de esta tesis, se intenta rescatar aquella historia del ciclismo en Colombia que se encuentra perdida y carece de conocimiento, sobre todo en las generaciones recientes, que no han tenido la posibilidad de vivir el ciclismo con mayor efervescencia. A través de la recuperación de estos sucesos, se dan a conocer hechos, personajes, sucesos y competiciones que está refundidas dentro de la memoria de los colombianos.

Pero no solo se busca recopilar los datos históricos y desempolvarlos, la intención es definir los aspectos que han generado la caída estrepitosa del ciclismo en el país. Cómo agentes externos al mismo deporte, han ocasionado que caiga en una etapa de oscurantismo, pero cómo él mismo, ha logrado mantenerse durante dicho periodo.

La ausencia de grandes figuras, la falta de patrocinio y la intervención de otros deportes en los que se ha alcanzado éxitos momentáneos, han llevado a la afición a olvidarse de su pasado y, a buscar en otras actividades, la forma de desahogar su euforia y sentimiento pasional.

Para realizar un adecuado análisis del tema, se hizo necesario entrevistar a diferentes personalidades que estuvieron envueltas en el desarrollo del ciclismo colombiano en estos últimos 20 años. Testimonios de especialistas, que a través de diferentes puntos de vista, aportaron con su experiencia en los aspectos más relevantes para poder definir con claridad el seguimiento de esta tesis. Del mismo modo, se hizo contacto con personalidades expertas

en campos como la economía, la política y la cultura deportiva, para que ayudaran a complementar el desarrollo de este trabajo de grado.

Con el desarrollo de esta tesis, se aspira a encontrar las diferentes razones por las que este deporte quedó en el olvido general de la población, en un país que cuenta con tanta tradición ciclística. Además de revisar los diferentes intereses que pueden tener los comunicadores, empresarios y dirigentes alrededor de este deporte y hasta que punto lo pueden ayudar o perjudicar.

Espero que con este trabajo se aporte, en cierto grado, a recuperar esa historia perdida del ciclismo colombiano y a esos héroes que no tuvieron tanto bombo, pero que han ayudado a mantenerlo vigente. A reconocer con mayor profundidad las razones de su caída y a buscar alternativas que sirvan para no caer en los errores del pasado y así hacer del ciclismo un deporte que mantenga al país dentro de la élite mundial y se convierta a su vez, en un generador de empleo que mejore la calidad de vida de las nuevas generaciones.

1. CULTURA DEPORTIVA

1.1. EL DEPORTE Y LA SOCIEDAD

A lo largo de la historia y con el pasar de los años, el deporte se ha convertido en uno de las actividades más representativas de la cultura del hombre y en donde pone a prueba sus capacidades físicas y corporales. Se puede asegurar que en todos los rincones del mundo se practica alguna disciplina, ya sea por recreación, por subsistencia o por competencia; aspectos que demuestran que la actividad deportiva ha tomado fuerza y ha generado gran interés en las masas.

“El deporte no es un fenómeno abstracto, un hecho de cultura general, una conquista de la humanidad. No es una entidad supra histórica que se mantiene a lo largo de los siglos. Como toda realidad social, el deporte se inscribe en el marco de las relaciones de producción que determinan, en lo fundamental, su estructura interna, su naturaleza profunda. En la actualidad, el deporte está determinado por la sociedad capitalista, por las relaciones de clase.”¹

Como todo fenómeno social, el deporte tiene bases materiales, económicas y políticas. No es una idea, ni un valor, ni una abstracción cualquiera que pueda ser juzgada como buena o mala. Es una práctica que se ejerce en ciertos lugares, que necesita administradores, reglamentos, dinero, tiempo, publicidad, educación, etc., para poder existir. El deporte es una institución, es decir, una forma social viable, con una organización jurídica y material, un conjunto de conductas, de normas y sanciones que se deben seguir.

Todo este fenómeno está dominado y controlado por un gobierno internacional del deporte, se habla del Comité Olímpico (COI), FIFA, UCI, etc., y una serie de federaciones estatales que representan y legitiman la práctica de cada deporte. Entes que se encargan de expandir

¹ Laguillaumie, Pierre. (1972), *Deporte, cultura y represión*, Barcelona, Alfonso Impresiones.

y de compenetrar cada una de estas actividades a la cultura general, todo esto bajo unos parámetros aprobados por la organización, con el fin de que el mismo no se desvíe de su esencia.

1.1.1. El Deporte como Fenómeno de Alienación

Uno de los temas más polémicos e interesantes del espectro socio – deportivo, es el papel de esta actividad cultural como “narcotizador de conciencias”, así lo llama el escritor Alexis Vásquez Henríquez en su libro: *Deporte, Política y Comunicación*, que parece dar fuertes dividendos a los Estados, los cuales conocen de antemano los efectos que esto puede producir, especialmente en los estratos más bajos y menos cultos de la población.

“El deporte desalinea al hombre, al que su oficio ata a la máquina, porque lo compromete en una acción sencilla y con unos objetivos claros. El hombre deja de ser jugado para convertirse en jugador. Construye él su mismo destino.”² El individuo busca la necesidad de figurar y de explotar sus capacidades físicas como herramientas para encontrar un cambio significativo en su calidad de vida. El reconocimiento se convierte en una urgencia por alcanzar el éxito y así ganar el respeto de los suyos y del resto de la población.

Las instituciones se ocupan del deportista y de su cuerpo, ya sea para formarlo, cuidarlo o relajarlo, lo hacen en función de la productividad del trabajador y para formar individuos que se conviertan en figuras representativas de la actividad como tal y de una cultura que se identificará con su labor. Para la persona que entra al profesionalismo, este deja de ser recreativo, para convertirse en herramienta de producción que le exige una serie de esfuerzos para alcanzar resultados que le permitan mantenerse en el umbral.

“El deportista está encadenado a su actividad, el deporte lo aliena, lo ata a sus mecanismos. Es evidente que se convierte cada vez más en un engranaje, en un simple objeto de los

² Magnane, George. (1966), *Sociología del deporte*, Barcelona, Península Editores.

logros habidos en manos de un entrenador o de una organización de preparación olímpica. Por su propuesta de modo de vida, el deporte es un modelo socialmente aceptado de existencia integrada, lo que hace de él un instrumento político.”³

El profesional en el deporte tiene que enfrentarse a una serie de obstáculos que lo obligan a desprenderse de esa actividad placentera y recreativa. Su rendimiento personal está fijado en el cumplimiento de una serie de metas que le permitan figurar y así ganarse la vida. De lo contrario, correrá el riesgo del anonimato y de que sus ingresos sean inferiores al esfuerzo dedicado.

El récord, esa cifra matemática que mantiene al deportista ceñido al cronómetro, a la medida o la cantidad máxima. Esa marca ambiciosa que es deseada por cada uno de los practicantes y el registro que los pone en la cumbre de su carrera y los saca del anonimato por completo.

El individuo está al servicio de estos números y trabaja incansablemente por conseguirlos. Ser el dueño de la misma, traerá aspectos beneficiosos que garantizaran un éxito personal y, a su vez, lo convertirán en el referente de una sociedad que añora por ver a su héroes traspasar las barreras de esas cifras cada vez más inalcanzables.

Los resultados que el individuo alcance, serán los instrumentos que le servirán para ubicarse en un ranking que demuestra la marcada estratificación en la que se ve envuelta el deporte, un reflejo mismo del actual sistema capitalista, en donde será valorado por lo que consiguió y así será visto frente al entorno que lo rodea.

“El récord es, para el deporte, lo que es el dinero para la economía política: el medio de comparación y de intercambio abstracto. La comparación universal es posible y la confrontación pacífica deportiva puede desempeñar su papel político de unión de los pueblos. Si el atleta no logra superar las marcas necesarias para salir del montón, está condenado a vivir en el anonimato y bajo la sombra de sus competidores o hasta de los mismos compañeros que tengan mayor figuración. Además las posibilidades de ingresar

³ Brohm, Jean Marie. (1972), *Psicología política del deporte*, Barcelona, Alfonso Impresiones.

dinero y de mejorar su calidad de vida, dependen de los resultados que obtenga y de la comunión que tenga con estas marcas numéricas.”⁴

Con la marca deportiva llega el reconocimiento de sus proezas y el atleta pasa de ser un deportista más, a convertirse en campeón, en la imagen y el referente de una cultura que busca con urgencia una figura emblemática en que debe recostar su representación exitosa y ganadora.

Estas figuras se convierten en los portavoces de su país y los Estados aprovechan su gran momento figurativo para construir imaginarios de patriotismo e idealismo nacionalistas que disfrazan la realidad. El deporte se ha convertido hoy en un engranaje del capitalismo monopolista de Estado, cuyos sirvientes incondicionales son los campeones. El campeón, de ahora en adelante, es atleta del Gobierno, no es más que la figura decorativa de momento del gran capital en el mercado deportivo, el agente propagandístico de las élites.

Y este es un mecanismo que sabe aprovechar muy bien las grandes empresas comerciales, que explotan a través de la publicidad la imagen de los atletas que han sobrepasado las marcas de las que el mundo estaba acostumbrado. Fotos de campeones, llaveros, fetiches y estatuillas de los nuevos apóstoles del mundo deportivo capitalista posibilitan un desarrollo permanente de la venta y refuerzan la alienación de cada uno de acuerdo con la forma de la explotación del trabajo.

Esta cadena sistemática conduce al trabajador o al deportista a ser los apéndices de un proceso de producción que no les pertenece. La actividad del atleta alrededor de una pista de competencias, es identificada a la del obrero delante de su máquina, con la diferencia de que el primero lo hace voluntariamente, mientras que este último está obligado a hacerlo para vivir.

“Cuando el campeón ya está insertado en el mundo del mercadeo deportivo, y llega a un punto de consolidación laboral; sus gestos, sus actividades, son cada vez más la repetición de sí mismos. Es la hipertecnificación que conduce a una precisión y a una abstracción cada

⁴ Maldonado, Carlos Andrés. (2009, 10 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

vez más alienante, tanto en el plano de la necesidad del rendimiento, como en el plano de la cualidad del trabajo requerido.”⁵

En definitiva, la práctica deportiva hace parte de un sistema organizado y estructurado, ya sea de manera profesional o aficionada, de tal manera que se ha convertido en una actividad de reconocimiento y completa aceptación dentro de la cultura social.

Aunque para algunos es visto como una alienación del individuo, en el sentido que este pierde su libertad y se integra a un universo que ya no domina, sino que es controlado por agentes externos, se habla de las organizaciones deportivas, entrenadores y las mismas competencias, en donde el individuo está sumido a otro medio de explotación del sistema actual. Pero, también, es visto como un espacio de formación personal que permite el adecuado manejo del cuerpo humano como herramienta para la subsistencia de la persona.

Más allá de ser visto como otro trampolín del capitalismo, el deporte desempeña un papel esencial en la construcción social de las comunidades que habitan en el mundo. La base ideológica que fomenta la competencia y la presión por batir marcas, por encima de un esfuerzo individual sobre dimensionado, permite fortalecer el espíritu personal por medio del sacrificio. Esto hace de los atletas, seres que aprecien sus éxitos y sus ganancias económicas, además de convertirse en personas reconocidas que sirvan como referencia para forjar a la juventud a seguir sus pasos y así extender la presencia de nuevas generaciones más sanas y conscientes de las exigencias de la vida real.

Los mismos atletas son recompensados en función de los eminentes servicios prestados a la nación, es decir, por su contribución al patriotismo y a la moral del país. Toda la prensa no hace más que excitar, alimentar y propagar este ceremonial de sentimientos. Los equipos deportivos se convierten en delegaciones nacionales que representan directamente el honor y el prestigio del país y esto hay que sembrarlo en la población que los sigue.

“Por sus posibilidades de promoción y de éxito, el deporte ofrece una vana esperanza de triunfo en la sociedad. La movilización deportiva es una pre movilización patriótica. A

⁵ Sánchez Toro, Edgar. (2009, 5 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

menudo se ha subrayado que el deporte es un medio de confraternización social y de mutuo conocimiento, de comprensión entre las clases sociales. En el plano internacional, constituye el reflejo de la coexistencia pacífica y bajo ese discurso se construye todo un imaginario en las masas.”⁶

1.1.2. La Política en el Deporte

Es difícil pensar que el deporte moderno está ajeno a las interferencias políticas, los Estados, ya sean totalitarios, capitalistas, democráticos o socialistas, se han visto obligados a tomar frente a él una postura de respeto, apoyo e intervención. Detrás de todo esto se persiguen intereses particulares, por cuanto cada día eleva su importancia social y su dependencia económica provocada por el auge de este espectáculo.

La presencia del Estado dentro del desarrollo de las actividades deportivas de cada nación es de vital importancia, pues es necesario que acoja como funciones propias de su gestión: la coordinación, planificación u organización de dichos acontecimientos. Hasta la propia ciudadanía es consciente que la presencia de los gobiernos ampara sus derechos de bienestar social y así lograr un equilibrio físico - psicológico que permite un mejoramiento en su producción personal.

Desde los inicios de la era olímpica en la antigua Grecia, el Estado se encargaba de la última parte de la educación del joven ateniense, ellos eran preparados física y mentalmente para ser ciudadanos capaces de contribuir en la defensa y prosperidad de la ciudad. En Esparta, la educación corría integralmente a cargo del Estado, pero solo los niños bien constituidos físicamente eran dignos de ser educados. Para ello, el Estado no escatimaba gastos en la construcción de gimnasios cerrados, salas de lucha y coliseos con todas las comodidades para los alumnos.

⁶ Laguillaumie, Op. cit., p. 48.

“La actitud de respeto y ayuda que puede mantener un Estado con respecto al deporte es ciertamente loable; sin embargo, las aguas comienzan a correr turbias cuando todo el planteamiento y aprovechamiento de la actividad deportiva está inserto en las orientaciones políticas y propagandísticas de las naciones. El Estado no interviene en el deporte por amor al arte, sino por la legitimación material del mismo.”⁷

Tanto el deporte profesional como el amateur están regidos por pautas y normas establecidas por instituciones locales, regionales, nacionales o internacionales. Así como resulta casi imposible un divorcio entre la política deportiva y la política general del país, el deporte no cuenta con autonomía total, debido a las múltiples necesidades que afronta y a las múltiples ayudas que precisa para su crecimiento. El deporte está institucionalizado en todo el mundo y por eso puede ser considerado como uno de los universales sociales.

Es así como a finales del siglo XIX aparecen las primeras asociaciones rectoras del deporte como el *Football Association* (1863), *Rugby Football Union* (1871), *Amateur Athletic Association* (1880) y *Lawn Tennis Association* (1888). En Francia, empezaron a surgir las federaciones deportivas como entes rectores, es el caso de las sociedades ciclistas de Angers, Burdeos, Grenoble y Lyon y de allí constituyeron la Unión Velocipédica de Francia, nuevo organismo encargado de asegurar la propaganda de la bicicleta, pero también de organizar y reglamentar este deporte en todo el país.

Luego la mayoría de los países europeos continuaron por este camino y lograron constituir sus propias instituciones deportivas con cierta autonomía política. Pero con el auge de las actividades deportivas dentro de las poblaciones, cada vez fueron menos los países que dejaron actuar con total libertad a dichas organizaciones y con el pasar de los años, se fueron constituyendo en ramas afiliadas de los ministerios de cultura, educación o deporte.

“Una correcta administración del deporte por parte de organismos estatales puede favorecer enormemente a la población, pero cuando gobiernos de izquierda, derecha o centro organizan el deporte para fines propios, abusan de la confianza que ha depositado un pueblo entero en la gestión de estas instituciones deportivas. Ese es el riesgo que corren

⁷ Alvarado, Fernán. (2010, 27 de abril), entrevistado por Vergara, Hernando, Bogotá.

muchas de estas entidades cuando pierden su autonomía y tienen que vivir bajo el régimen de gobierno de turno.”⁸

Desde 1875, cuando se fundó la Unión Internacional de Carreras de Yate, las asociaciones internacionales tienen una función decisiva en la administración deportiva mundial. Estos grupos tienen la calidad de ser autónomos, independientes y no gubernamentales. Pero ello no significa que se mantengan inmunes a la política incisiva de las potencias o de los bloques que encabezan la realidad del entorno global.

Al mantener su propia autoridad, las federaciones o asociaciones deportivas internacionales asumen al menos tres funciones significativas que son la base del ideal del funcionamiento del entorno deportivo y se convierten en los propósitos abanderados para lograr la universalización del deporte. Estas son: fijar reglamentos de juego, organiza competencias abiertas a sus miembros y evitar por todos los medios posibles la manipulación política del deporte.

“El objetivo de las federaciones no es otro que el de asegurar la representación universal del deporte que les concierne, procurando siempre que la búsqueda de esa universalidad jamás quede comprometida por disensiones o discriminaciones externas al propio deporte, ya sean ideológicas, religiosas o raciales.”⁹

Esta independencia de la que tanto se ha pregonado dentro de los formalismos gubernamentales e institucionales de dichas federaciones, no ha sido viable a lo largo del desarrollo deportivo de cada uno de los países. Es evidente que para que muchas de estas asociaciones puedan ejercer control y tener peso dentro de la legitimidad socio – deportiva, requiere del respaldo estatal para que esta pueda regir con criterio. Si detrás de ellas hay un poder político de peso y que ejerce presión, habrá un orden y un cumplimiento por parte de la sociedad a obedecer los parámetros que limitan y unifican la actividad deportiva, además facilitaran la expansión de su filosofía institucional.

⁸ Palau, Héctor. (2010, 29 de abril), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

⁹ Meynaud, Jean. (1972), *El deporte y la política*, Barcelona, Hispano Europea Editores.

Se sabe muy bien que el deporte no es una actividad que tenga independencia con respecto a sus presupuestos económicos. Para fortalecer sus pilares y sus bases, necesita del apoyo estatal, sobre todo en el sector amateur, que proporcione los fondos de infraestructura para publicar, financiar y promocionar la formación deportiva. Un aspecto que hace evidente la estrecha relación que existe entre deporte y estado y la dependencia de cada uno para sacar adelante sus propósitos.

“En la actualidad, el apoyo gubernamental es vital para el desarrollo del deporte, pero a la vez constituye un peligro inminente cuando se sabe que el dueño y administrador del dinero es el que siempre manda. Tiene derecho a adoptar posiciones y puede instrumentalizar el deporte con claros objetivos políticos.”¹⁰

Pero este apoyo económico es indispensable para el deporte nacional, los gastos han superado las cifras de sostenimientos y las propias federaciones o asociaciones no pueden solventar las necesidades que cada una de estas actividades exige. “Sin el respaldo económico de los gobiernos y las empresas privadas, es muy difícil sostener este barco, pero esa financiación también es consecuente con el rendimiento deportivo, si se hace un balance a la hora de medir los resultados. Mientras en China el presupuesto para el deporte del gasto nacional anual es del 3 %, más o menos se invierten 3 mil pesos del Estado por cada deportista, en Colombia esa inversión es del 0,001%, se habla de 100 pesos por cada deportista. Ahí la gran diferencia en la formación de los atletas y una ventaja que tiende cada vez a extenderse mucho más.”¹¹

Es claro que sin la colaboración de los gobiernos estatales, es difícil que la infraestructura deportiva pueda salir adelante dentro de un país. Es necesaria la continua intervención del mismo, para que esta se convierta en herramienta de formación cultural de una sociedad y de allí, sacar los réditos que sirvan para promover a un país, ya sea bajo una propaganda política o ideológica, pero que permita posicionarlo dentro del entorno global.

¹⁰ Alvarado, Fernán. (2010, 27 de abril), entrevistado por Vergara, Hernando, Bogotá.

¹¹ Medina, Baltasar. (2009, 18 de octubre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

1.1.3. Propaganda Política y Deporte

Concebida la propaganda como “un plan para promover una doctrina o práctica para influir sobre las actividades emocionales de los otros.”¹², este ha sido un mecanismo que ha tenido éxito en varios periodos de la historia social en el mundo. Se puede hacer referencia a dictaduras, gobiernos y procesos políticos ideológicos que expresaron sus intenciones ideológicas bajo la euforia triunfalista de sus deportistas y de sus mismos resultados competitivos.

Es indiscutible aceptar que por medio de la propaganda política, los gobiernos han conseguido proporcionar criterios preestablecidos a la población para dirigir sus pensamientos o evitar que piense, obtener resultados rápidos y, utilizando argumentos para la masa, lograr una mentalidad cerrada en cada uno de los individuos que la componen. “La propaganda política utiliza los métodos de la publicidad comercial, estudia sus reacciones y efectos y desea dominar a las masas, conduciéndolas a donde quiera.”¹³

El atractivo que presenta el deporte para los propagandistas se debe a la popularidad y el impacto social que posee entre los sectores más desprotegidos intelectualmente por los valores morales, físicos y psíquicos que encierra. Las técnicas de la propaganda son utilizadas a menudo por los gobiernos. En el empleo de estereotipos, se basa la construcción de los nuevos héroes de la era moderna, personajes que salen del común de la masa, para convertirse en los íconos culturales de una sociedad con hambre de gloria y con la necesidad de crear ilusiones sobre esta sacrificada y heroica figura.

Es el caso de Luis Herrera, cuando se coronó campeón de la Vuelta a España en el año de 1987, era la primera y única vez que un pedalista nacional lograba conseguir el título de una de las tres carreras más grandes del mundo. La alegría y el fervor se apoderaron de todo

¹² Brown, J.C. (1978), *Técnicas de Persuasión*, Madrid, Alianza Editorial.

¹³ Mestre, Patricia. (2010, 26 de abril), entrevistado por Vergara, Hernando, Bogotá.

un país y hasta el presidente del momento, Virgilio Barco, se contagió de la euforia. Tras el gran logro deportivo, “Lucho” fue invitado a la Casa de Nariño y fue recibido como un héroe. Allí el gobierno de turno aprovechó las circunstancias para recordar la época de la colonización española y tomar esta victoria como un modo de cobrarle a la historia casi 500 años de explotación. Además, luego de aquel momento, el gobierno aprovechó el momento para decretar una norma que hace al ciclismo el deporte nacional y así convertirse en un Estado aliado, de manera repentina, de la actividad deportiva en Colombia.

“Las técnicas de propaganda sobre los triunfos deportivos, que en muchas ocasiones recaen sobre humildes figuras que brotan de una población con necesidades de salir adelante, sobre un esfuerzo corporal que no es reconocido sino hasta el momento de la gloria general, incorporan una mentira descarada y proclaman la repetición de palabra y frases que proclaman una unión del país a través del deporte y a ello, se adorna el discurso con la sacrificada labor del Estado para apoyarlo y elevar el bienestar de la población.”¹⁴

La creación de esta propaganda política nace desde el fortalecimiento de su base interna para posteriormente consolidarlo en su prestigio externo. Muchos países, sobre todo las potencias y los del bloque socialista, introducen a sus niños y jóvenes en el deporte, lo cual revela el interés del aparato estatal en controlar la vida de sus ciudadanos desde un comienzo y así imbuirlos en un ejercito que contribuye al perfeccionamiento del modelo gubernamental de turno.

Con un grupo de deportistas que tiene claro la positiva identificación que obtiene como ciudadano con su patria, surgen aspectos que florecen como mensajes que identifican el modelo ideológico y estatal del gobierno que está detrás de su formación competitiva. Es hora de recoger sus frutos y de consolidar la imagen de una nación, una idea que favorezca la unidad interna.

“Los atletas se han convertido en soldados del deporte, encargados de asegurar o elevar el prestigio de su nación. Los jugadores del Real Madrid, ganadores de seis copas de Europa y dos subcampeonatos en el decenio de 1956 – 1966, fueron verdaderos soldados del régimen

¹⁴ Cazorla, Luís María. (1979), *Deporte y sociedad*, Madrid, Labor – Politeia.

franquista, unos embajadores de lujo que ya hubieran querido tener países democráticos. O el caso de Colombia, que es conocida internacionalmente desde hace varios años por sus exportaciones de café y por los famosos “escarabajos”, ciclistas de extraordinarias condiciones que figuraron en competiciones importantes en Europa. Es indudable que esa mezcla café y “escarabajos” trajeron una significación a la imagen del país.”¹⁵

1.1.4. El Deporte Como Factor de Desarrollo Económico

El espectáculo deportivo atrae millones de personas en todo el mundo, es un factor de consumo de primer orden tanto para quienes participan activamente de él como para quienes viven el fenómeno desde las tribunas o detrás de los diferentes medios de comunicación.

“En la actualidad, el deporte permite el mantenimiento de miles de familias. Gracias a los aportes de los aficionados que pagan sus entradas en las puertas de los estadios, del Estado, de las apuestas deportivas y de casas comerciales, pueden trabajar con remuneración atletas, técnicos y cientos de miles de operarios y administrativos. Incluso, la prensa se nutre del deporte, aún cuando posea otros temas importantes para la venta.”¹⁶

Pero no sólo las entradas a los eventos deportivos generan ingresos netos a este inmenso mercado. En otra faceta ejecutiva del Estado, se pueden mencionar los millones que obtiene por arriendo de estadios o impuestos al deporte profesional. Hay que darle cabida a los juegos de azar o al mundo de las apuestas deportivas, detrás de las carreras y de los choques competitivos, se mueve un negocio millonario que beneficia al gobierno, a la empresa privada y a los mimos usuarios.

¹⁵ Torres, Aycardo. (2009, 21 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Duitama, Boyacá.

¹⁶ Toro Sánchez, Edgar. (2009, 5 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

Es el caso de los pronósticos deportivos, detrás de esto se lucra un negocio que busca en la suerte una manera de enriquecer y motivar a los aficionados. Muchos de estos ingresos, se utilizan para cubrir los servicios de beneficencia del Estado, como los de salud, la infraestructura social y la seguridad laboral de sus deportistas. Es el caso de la quiniela en España que aporta el 22 % al Consejo Nacional de Deportes, el 10 % al fútbol profesional y el 1 % a la selección nacional. O el Totocalcio que aporta un 33 % al Comité Olímpico Italiano, otro 33 % al Estado y el 1% a la Caja de Crédito Deportiva.

Para el caso de Colombia, la salud ha salido beneficiada con los nuevos juegos, pues mientras las loterías le transfieren 70.000 millones de pesos anuales, el chance legal 180.000 millones y la Empresa Territorial para la Salud (Etesa), que controla juegos como el Baloto y Ganagol, entre otros, aporta 100.000 millones de pesos. Cifras significativas para las arcas gubernamentales, pero que no se han visto reflejadas en la calidad de los servicios sanitarios en el país y mucho menos en la inversión de los deportistas nacionales.

La publicidad utiliza los instrumentos y las circunstancias de la vida social para llevar a cabo, en condiciones de máxima eficacia, su labor de promoción. En torno al deporte, circula un elevado número de intereses económicos que lo acercan a la consideración de empresa comercial, basada en el hecho deportivo. Las grandes industrias y casas comerciales financian, en los niveles locales e internacionales, campeonatos de las cuales puedan obtener un beneficio publicitario o que les permita reducir impuestos ante el fisco.

Con el auge del deporte universal, poderosas compañías y casas comerciales han utilizado la publicidad para introducir en el mercado la idea del modo de vida deportivo, que retrata a quienes se conducen alegres, vitales y conquistadores por los pasillos del mundo moderno. Para hacer parte de este esquema de vida, que está al ritmo de los acontecimientos, es indispensable usar zapatillas Puma o un buzo Adidas.

“Este modo de vida deportiva, es un estereotipo creado como norma de conducta deseable, basado en una imagen del deportista que asume los valores que se suponen óptimos para la

sociedad. Así, ser deportista signifique tener las cualidades de “macho”, personalidad arrolladora y conquistadora, envuelto en una belleza llamativa.”¹⁷

La publicidad explota el modo de vida ya establecido, y así puede comercializar. Ni siquiera el lenguaje se escapa de este furor comercial, se adoptan palabras que penetran en el subconsciente de los consumidores y hablar de “marcas”, “vallas”, “oro”, “golpe”, etc., es retomar conceptos meramente deportivos a aspectos de la vida real que sirven para alcanzar el éxito personal que la misma publicidad promulga a través de su comercialización.

Una manera de incentivar el consumo detrás de la cultura deportiva, es la promoción de la estética y los estereotipos comerciales. La publicidad ejerce una función decisiva al vender la imagen del paso al ejercicio físico, “es el boom del momento”. “Uno de los aspectos más característicos del comercio del cuerpo es la multiplicación de las mercancías, bienes y servicios, objetos y productos que, según se supone, procuran al organismo cierta satisfacción o contribuyen a su felicidad y bienestar. La mayor parte de estos mecanismos tiene que ver con el narcisismo o con la sexualidad. El cuerpo es, actualmente y por completo, un objeto o una fuente de explotación.”¹⁸

La publicidad se vale de todo para lograr sus fines y los grandes campeones o deportistas de buen nivel se prestan, a cambio de una compensación económica, para llevar productos en su ropa, en sus utensilios deportivos o a través de los medios de comunicación. “Es y lo ha sido, durante gran parte de la historia, un fenómeno evidente en todo los deportes. En el Tour de Francia se ven los hombres–anuncio en sus bicicletas, es una caravana de publicidad. Ha sido un elemento por el que siempre ha combatido el Comité Olímpico Internacional y otras asociaciones deportivas, pero el mismo culpable de que estas se rindan

¹⁷ Corredor, Iván. (2009, 17 de noviembre), entrevistado por Vergara, Hernando, Bogotá.

¹⁸ Brohm, Jean M., Op. cit., p. 53.

ante el poderío del mercado y ahora más, si se tiene en cuenta que los medios de comunicación son esenciales para las dos partes.”¹⁹

Es una realidad conocer los peligrosos extremos a los que llegado el deporte como espectáculo. Ningún espectáculo de interés para la masa se financia con espíritu y sacrificio; el dinero manda y desempeña un papel primordial. Si el Estado muchas veces está imposibilitado a dar los fondos necesarios para mantener vigente todos los campos de la actividad deportiva, la publicidad se presenta como un poderoso aliado que no se puede menospreciar.

“Tampoco hay que ser extremistas ni dramáticos frente a este tema. Creo que la publicidad le hace un bien al deporte. Lo ideal sería que cada nación pudiera desarrollar todas las actividades deportivas con cargo a los gastos administrativos. No es así, todos los países necesitan del soporte económico de las empresas privadas, hasta las potencias son conscientes que esta alianza mantiene la calidad deportiva y a la vez promueve las industrias nacionales.”²⁰

Sin lugar a dudas, la publicidad, el deporte y los medios de comunicación conforman un triángulo perfecto y necesario para la era del consumo y para ofrecer uno de los mejores espectáculos de masa de la civilización actual.

1.1.5. Deporte y Cultura de Masas

La emoción y el atractivo del deporte como espectáculo permitieron durante gran parte del siglo pasado el nacimiento de enormes masas de aficionados, que semana a semana disfrutaban de la función que ofreció el deporte. La oportunidad de esquivar la realidad circundante a través de los medios de comunicación que distorsionan la realidad gracias a los ídolos que surgen del mismo.

¹⁹ Urrego, Héctor. (2009, 10 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

²⁰ Mestre, Patricia. (2010, 26 de abril), entrevistado por Vergara, Hernando, Bogotá.

“La tecnología moderna es la causa necesaria y suficiente de la cultura de las masas. Sin embargo, ésta existe en virtud de los medios de comunicación de masas, los cuales determinan los contenidos que recibirá un público heterogéneo y disperso. Los medios de comunicación tienen que tratar a la gente como masa, por estratificada y culturalmente diferenciada que sea una sociedad.”²¹ La estandarización que exigen los medios de comunicación impone la homogeneización del contenido de la cultura de masas. Más en una sociedad que es esencialmente comerciable, mediocre, manipulativa y psicológicamente nociva.

Como una forma de mantener o elevar el apetito del público por el espectáculo deportivo, los medios industriales de comunicación no dudan en recrear diariamente toda una fantasía alrededor del deporte, donde nacen y mueren mitos repentinamente. Se investigan escándalos y se escarba en la vida privada de los ídolos para dar ambiente y colorido a una fiesta que empieza varios días antes del evento que cubren.

Periodismo y espectáculo van siempre de la mano y es una alianza que administra millones de seguidores y de dólares en todo el mundo. Con la aparición de programas deportivos en las pantallas de televisión, esta actividad se ha visto muy beneficiada por el auge de la publicidad de marcas que están detrás del deporte. Este auge lo ha ganado las transmisiones de los eventos que generan muchos ingresos y ha logrado penetrar en cada uno de los hogares con una respuesta eficiente a la hora de verlo como una herramienta de consumo.

El espectáculo deportivo se ha trasladado de los estadios y escenarios a cada uno de los hogares, bares u oficinas. Es tal el impacto que ha logrado la televisión, que algunos deportes como el baloncesto o el fútbol americano se ha tenido que adaptar a las reglas publicitarias y se ha visto obligado a modificar su reglamento para satisfacer dicha necesidad. La televisión también ha llevado a los periodistas a realizar comentarios más profundos y diversificados, debido a que ahora tienen la ventaja de la instantaneidad, esto contribuye a la masificación de algunos deportes y a poner de moda lo que más venda.

²¹ Rosenberg, Bernard. (1957), *Masa cultural, artes populares en América*, Washington, Free Press.

Con el auge de la industrialización, de los problemas humanos y sociales derivados de la rutina que impone el sistema, los trabajadores buscan refugio en el ocio y en el entretenimiento. La cultura de masas no existe sin comercialización y el deporte aparece como un bien de primera necesidad que está a la venta. Las masas urbanas están sedientas de nuevas diversiones y pagan cualquier precio por ello, una sociedad que ha llegado al punto de sentir insensibilidad por los valores de la cultura.

La realidad de la cultura deportiva y su intromisión dentro de la idiosincrasia social se puede resumir en cinco categorías que dan una idea general de cómo funciona este gran mercado global. En su libro “Sociología del Deporte”, Carlos Santa María, escritor y sociólogo colombiano, las explica de esta manera:

En primer lugar, la competición, que se encuentra permanentemente en la producción, para lograr mejores precios, mercados y descuentos, se necesita la organización continua de eventos y campeonatos que prometan los mejores rendimientos. En segundo lugar, la división del trabajo y especialización que se da en un mundo capitalista en donde se busca el récord amparado en una especialización creciente. Tercero, la taylorización en el deportista, donde él concentra todas sus fibras y potencias para canalizarlos en los logros. Cuarto, la maquinización del deporte como un apéndice del proceso y obliga a la creación y destrucción de marcas. Y último, el deportista como mercancía, en donde el dueño del dinero compra la fuerza de trabajo por su valor y lo convierte en una mercancía atractiva para el mercado y para los consumidores.

Los medios industriales de comunicación, la publicidad, los Estados y el propio público incentivan el consumo del espectáculo deportivo, en el cual existe un acuerdo tácito entre las partes para desarrollar el mejor aprovechamiento de esta área. El deporte puede producir efectos positivos o negativos en la gran masa de la población, sobre todo en aquella que está atada al consumismo y a una sociedad capitalista que utiliza constantemente el espectáculo para desviar la atención de los problemas sociales.

2. ANÁLISIS SOCIO – CULTURAL DEL CICLISMO EN COLOMBIA

2.1. Cultura Alrededor de la Bicicleta

El ciclismo es un deporte originario de Europa, más exactamente de Italia y Francia, en donde se realizaron las primeras competencias en bicicleta a finales del siglo XVIII. El Tour de Francia (1903) y el Giro de Italia (1909) son pruebas fehacientes de que el deporte de “los caballitos de acero” comenzaba a brillar en las faldas de los Alpes y los Pirineos.

La práctica del ciclismo tuvo popularidad y logró extenderse en gran parte del Viejo Continente. Es el caso de España, Holanda, Bélgica y Luxemburgo, que más tarde organizaron sus competencias locales, entre ellas la Vuelta a España que empezó a disputarse en 1935.

“El nacimiento de la bicicleta en el año de 1885 le dio auge al uso de este medio de transporte dentro de la población europea. Esta popularidad ayudó al crecimiento del ciclismo como deporte y las carreras en las calles y en los velódromos, se convirtieron en un gran atractivo para la afición de aquellos años. El éxito fue tal, que sólo 20 años después, varios ciclistas ya recorrían casi todo un país sobre ella.”²²

Mientras en Europa el ciclismo tomaba cada vez más importancia y lograba cubrir casi la totalidad de su territorio, el alejado Continente Americano desconocía la existencia de estas competencias y aún no generaban el interés de una inexperta afición deportiva que estaba en nacimiento.

A finales del siglo XIX e inicios del siglo XX era muy difícil o prácticamente imposible tener un conocimiento adecuado de los sucesos que al otro lado del Océano Atlántico sucedían. Los medios de comunicación y de transporte eran muy obsoletos y las probabilidades de conocer el mundo eran muy limitadas, todo estaba concentrado en los

²² Volke, Gerd. (1981), *Historia de la bicicleta*, Barcelona, Editorial Blume.

acontecimientos internos y que atañían a cada una de las regiones. Sólo los líderes políticos, gente de clase alta y comerciantes extranjeros tenían la posibilidad de viajar a Europa y traer alguna información de lo que sucedía allá. Además, la prioridad eran los temas políticos, económicos y sociales, esta información llegaba a oídos de los pobladores muchos tiempo después de lo sucedido debido a las grandes distancias.

“Los periódicos colombianos de aquellos años eran de esencia política y carecían de contenidos en otros temas. Eran solo tres o cuatro hojitas que defendían ideas políticas de interés, pero desaparecían con el socaire de las guerras civiles o de ocasionales dictaduras. Los demás temas no existían, no se tenía conocimiento alguno de esos temas que ocurrían en Europa y menos si se trataba de eventos deportivos.”²³

Colombia es un país con muchos accidentes geográficos y eso dificultó tener un desarrollo en las vías de transporte y de comunicación. Desde 1884, las carrozas y los vehículos empujados por caballos, burros y mulas, fueron el medio de transporte que primaba en las ciudades y en las zonas rurales. A partir de 1908 llegan los primeros tranvías al país y sirven como servicios para transportar una gran cantidad de público y material comercial que provenía de diversas partes de la región.

Las primeras dos décadas del siglo XX en el país, había un completo desconocimiento de la existencia y del uso de la bicicleta, si se conocía algo de ella, era gracias a los foráneos que llegaban y hablaban esporádicamente de ella. Sólo hasta finales de los años 20, esta herramienta de transporte llega como un elemento de lujo comercial y para transformar el estilo de transporte en las ciudades.

“Las primeros velocípedos que llegaron importados de Europa, por el puerto de Barranquilla, asombraron a los habitantes caribeños y eran visto como un lujo que quedaba en manos de los comerciantes que pedaleaban por las calles de las ciudades para asombrar a

²³ Vallejo, Mary Luz. (2009, 27 de octubre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

la multitud que se reunía para ver dicho espectáculo y atraer a los más prestante de la sociedad para que se hiciera a una de ellas.”²⁴

La venta de Panamá por un valor de 25 millones de dólares y el auge del café en el mercado internacional, generaron ingresos significativos para el país y con los gobiernos de Miguel Abadía Méndez, Enrique Olaya Herrera y Alfonso López Pumarejo una transformación estructural e industrial se tomó la infraestructura local.

“Luego de la danza de los millones a finales de los años 20, la nación afrontó un revolcón industrial significativo que cambió muchas cosas de la idiosincrasia socio-cultural de los colombianos. Había dinero para mejorar las vías de transporte y de comunicación, la infraestructura de las ciudades y mucha gente del campo se convirtió en mano de obra de grandes empresas que pagaban mejor. Los ingresos mejoraron por un tiempo y eso permitió el acceso a otros bienes materiales.”²⁵

La gente ya contaba con un ingreso económico moderado para hacerse a uno de estos vehículos, el lento auge de los medios mecánicos de transporte y la posibilidad de contar con espacios más propicios para el uso de la misma, hicieron del velocípedo una herramienta que iba compenetrando con mayor fuerza en la cultura nacional. Aunque para los años 30, la bicicleta ya era un medio de transporte con gran acogida en Colombia, aún no era visto como un vehículo para competencias y menos en el culpable de construir una cultura eufórica que reuniría a un par de cristianos pedaleando por calles y carreteras.

Se convirtió en una fiebre y cada vez más habitantes se transportaban en bicicleta, éstas lentamente invadían pueblos y ciudades del país. Caravanas de jóvenes pedalistas que competían cortas carreras, se convirtieron en las actividades favoritas que llamaban la atención de curiosos y seguidores.

Además, los medios de comunicación tenían un mayor desarrollo en el país y las proezas de algunos corredores europeos y de los primeros nacionales que fueron invitados, a pesar de

²⁴ Baroni, Francesco. (2008), *La bicicleta: mito, técnica y pasión*, Barcelona, Librería Universitaria.

²⁵ Mestre, Patricia. (2010, 26 de abril), entrevistado por Vergara, Hernando, Bogotá.

sus limitaciones técnicas y formativas, a hacer parte en competiciones internacionales a mediados de los 40, eran imitadas por los nuevos fanáticos a un deporte que compaginaba con su idiosincrasia cultural.

La respuesta del público hacia estos eventos ciclísticos era asombrosa y su popularidad era cada vez más significativa. La prensa y la radio se percataron del fenómeno y sacaron provecho del momento para beneficiar tanto a la empresa privada como al desarrollo de un deporte que ya hacía parte de la rutina social. Es por ello, que el Diario El Tiempo a través de dos de sus periodistas, Pablo Camacho y Jorge Buitrago, en compañía de un gobierno, que atravesaba por un periodo políticamente caótico, hicieron esfuerzos significativos para llevar a cabo una competencia que unió y oficializó esta actividad como prospecto a ser un deporte nacional.

Hasta la aparición de Donald Raskin, un británico visionario que llegó de Europa durante el periodo de la post-guerra y aprovechó el éxito de los ciclistas colombianos que venían de ganar medallas de oro en los Centroamericanos de 1948 y los Panamericanos de Guatemala, en 1950. “Utilicé la Vuelta a Colombia para consolidar mi posición en la asociación. Además, era una buena oportunidad de explorar en el ciclismo un mercado llamativo y novedoso. Para esos años, Colombia era un país que buscaba en el deporte una alternativa para distraer a la población de los problemas de violencia interna. Ahora, para financiar la Vuelta, decidí venderle cada una de las etapas a un patrocinador y eso generó ingresos para todos y para el mismo ciclismo.”²⁶

La enorme distancia que separa a Colombia de Europa y la relativa pobreza del país, se constituyeron en obstáculos casi insalvables. Incluso la primera Vuelta, a pesar de su enorme popularidad, fue una empresa en cierto sentido fallida: sus 35 participantes no representaban a más de los 7 de los 32 departamentos del país. Y la ruta por la que se optó, rodó por apenas 5: una pesca exigua para un evento que pretendía ser nacional. Pero, un comienzo, al final de cuentas.

²⁶ Raskin, Donald. (1978, octubre), entrevista telefónica con Rincón, Fabio, Bogotá.

*NOTA: Donald Raskin, creador de la Vuelta a Colombia, fue periodista del diario El Tiempo.

La Vuelta Colombia siguió rodando ininterrumpidamente por las carreteras del país, la afición por este deporte tenía un interés desenfrenado y la bicicleta era la herramienta de moda para transportarse de un lado a otro.

Con el pasar de los años, el uso de este vehículo fue perdiendo importancia sobre todo en las grandes ciudades. El crecimiento poblacional y el desarrollo urbano iban privando cada vez más a los fanáticos de la misma a usarla con mayor frecuencia. “El auge del mercado automotriz y la expansión en las grandes ciudades obligaron a los pobladores, que cada vez aumentaban en su número, a tomar los medios masivos de transporte como el autobús, los trenes y en años anteriores el tranvía. La bicicleta se estaba guardando para los momentos recreativos o para las salidas de campo.”²⁷

La práctica del ciclismo de ruta se convirtió en un actividad característica de los habitantes de las zonas rurales del país, su cercanía a las carreteras menos congestionadas, las condiciones del terreno y la economía como medio de transporte, lo arraigaron como el deporte autóctono de la mayoría de campesinos. Por su parte, la ciudad se quedó con el espectáculo de la potencia y la velocidad que el ciclismo de pista podía ofrecer y que las mismas metrópolis podían disponer para la construcción de velódromos que reunieran a la afición en un solo lugar y así evitar las ya inevitables congestiones.

Con el pasar de los años, las cosas han seguido de la misma manera, las grandes capitales no pueden ofrecer una cultura de la bicicleta propicia para el transporte personal y masivo. Más allá de la intención de los gobiernos por construir parques y ciclovías que otorguen espacios para la práctica de este deporte, otros inconvenientes como la seguridad y el desarrollo vial han obstaculizado deambular con garantías. Además el desarrollo del mercado automotor y las comodidades que ofrecen las marcas para acceder a este bien han tentado a la población para adquirir uno de estos vehículos.

“El uso de la bicicleta se ha convertido en una alternativa ambiental y cultural. Muchos países de Europa y de Asia la han convertido en el medio de transporte masivo que mitigue los problemas de contaminación ambiental y de circulación vial. El crecimiento de los

²⁷ Diario El Siglo, *La bicicleta en la historia y la historia de la bicicleta*, Bogotá, (enero 17 de 1988), Pág. 3B.

carros en las vías, ha saturado las avenidas y ha provocado un deterioro en la calidad de vida de los mismos ciudadanos.”²⁸

En Colombia, no existe una cultura adecuada del uso de la bicicleta como alternativa ambiental y como solución para la congestión. Es una actividad de preferencia rural y es allí en donde se concentran el mayor número de ciclistas y de practicantes profesionales. Actualmente, el país no cuenta con políticas claras sobre el aprovechamiento de estos tipos de vehículo y los programas de formación no han dado resultados satisfactorios.

Es indudable que la bicicleta ha sido relegada por estos nuevos mecanismos de movilización y esto ha transformado la cultura de la bicicleta y del mismo ciclismo en el país. Como lo dijo el siete veces campeón de la Vuelta a Colombia hace un par de años: “El ciclismo en Colombia no sólo decayó por la salida de Luis Herrera o Fabio Parra, sino porque el número de adeptos decayó. Ahora como los mensajeros ya no viajan en bicicleta sino en moto.”

2.2. La Euforia Alrededor del Ciclismo Colombiano

Jóvenes y poco conocidos ciclistas rodearon el Parque de La Plaza Simón Bolívar aquel 5 de enero de 1951. Un gran número de transeúntes esparcidos a lo largo del punto de partida de la etapa, esperaban con sorpresa y expectativa el inicio de la primera gran prueba ciclística en la historia del país, es así como empezaba una comunión entre el naciente pedalismo colombiano y una afición que encontró resguardo emocional sobre este racimo de nuevos héroes que estaban por brillar.

“Es evidente que el deporte es una de las pocas actividades de la sociedad en las que se encuentran mas o menos igualados ricos y pobres, e incluso una de las parcelas en las

²⁸ Landa, Mariasun. (1995), *Una bicicleta en huelga*, Barcelona, Editorial El Arca.

cuales la discusión no lleva a dar la razón al poderoso, pues en materia deportiva el conocimiento no es privativo de una clase social.”²⁹

El inicio y la consolidación de la Vuelta a Colombia, durante la década de los años 50, representó para el imaginario popular la construcción de sus primeros héroes deportivos, personajes que salían de barrios populares, de calles vecinas o del departamento de mensajería de algún almacén y se convertían en la representación del éxito nacional a punta de sacrificio, sangre y esfuerzo.

De ahí en adelante, la afición del ciclismo fue creciendo notoriamente, ni los propios ciclistas, ni los organizadores, esperaban tal interés por parte de una multitud carente de cultura deportiva. Los colombianos comenzaron a sentir solidaridad hacia ese tal Efraín Forero, Ramón Hoyos o Pedro Nel Gil, ciudadanos que salieron del anonimato, para convertirse en los referentes de toda una región. En un país en donde el peso de la violencia era cada vez más insostenible, estos humildes ciudadanos se convirtieron en los culpables de una confraternidad regional que sirvió para disimular, en parte, las diferencias bipartidistas. Se escudaban en los éxitos deportivos y los grandes eventos servían para “legalizar las broncas” regionales.

“Las declaraciones de Hoyos, cada vez más francas, con palabras más sencillas, con acento incontrastablemente ‘paisa’, caldearon más aún los ánimos y para su arribo a Bogotá no había piedra o cuesco que sobrara para ser arrojado, no sólo sobre su humanidad sino sobre la de todos sus compañeros. Aborrecido por cundinamarqueses y vallecaucanos en igual proporción a la euforia que despertó el fanatismo de los antioqueños. Hoyos fue alcanzado por una botella dirigida a su cabeza. Ocurrió en Candelaria, Valle, y la irresponsabilidad del acto se le achacó a un ciudadano ebrio.”³⁰

Esta breve descripción, es solo un reflejo de los extremos que alcanzó el ciclismo colombiano durante las primeras cuatro décadas de historia en el país. El sentimiento y la representación de todo un departamento recaían sobre los grandes pedalistas del momento,

²⁹ Alcoba, Antonio. (1980), *El periodismo deportivo en la sociedad moderna*, Madrid, Editorial Minuesa.

³⁰ Rincón, Fabio. (1984), *Rutas de gloria*, Medellín, Promotora Latina de Ediciones.

que generalmente salían del retoño popular, pues muchos de ellos eran campesinos, mensajeros o ayudantes de bodegas; este aspecto fue esencial para que las masas se sintieran representadas y pudieran expresar sus frustraciones en el desempeño deportivo de estas nacientes figuras.

El acento, las costumbres y la bandera del departamento dibujada sobre el uniforme del ciclista, eran elementos suficientes para atraer a la afición. Como las barras bravas de los equipos de fútbol, los deportistas fueron acogidos en un grupo que surgió gracias a unos intereses comunes que brotó de las entrañas populares de una región. Además, no se podía dejar a un lado el brote político que cubría al país, vivir en determinada zona, representaba ser de uno de los partidos políticos de tradición.

A través de la radio y una prensa incisiva, las vueltas ciclísticas en el territorio nacional fueron acaparando el interés general. No hubo muchos inconvenientes para dejar a un lado la política y la economía. Todo rodeaba al tema de moda: el deporte nacional, más de un ciclismo que se convertía en una gran pasión. De pronto no era una cuestión de técnica o para entendedores en el tema, simplemente era la actitud de acompañar a esos humildes héroes que estaban haciendo algo por la patria y eso era suficiente para diluir las enemistades y los problemas internos.

“El ciclismo es un desahogo. El gobierno ayuda a que exista este regocijo emocional. El día que se acaben estos momentos eufóricos, la gente empieza a pensar en sus problemas reales y exigir situaciones concretas, esto correría el peligro de estallar en una anarquía espantosa. De modo que el ciclismo, desde un punto de vista socio - político, es el de un mecanismo que los gobiernos pueden manipular para mejorar situaciones políticas. Si la Selección Colombia clasifica al Mundial de Fútbol, eso le ayuda políticamente al gobierno de turno. Y esté seguro que hay fotos, reunión en el Palacio de Nariño y El Tiempo saca esa imagen en primera plana y nadie se va a acordar de los problemas.”³¹

³¹ Pinzón, Juan Carlos. (1993), *Tomada de la Tesis: De la Plata a París para una reflexión de la socio – comunicación del ciclismo* [trabajo de grado], Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Carrera de Comunicación Social.

*NOTA: Entrevista a Horacio Calle, antropólogo especializado en análisis psicoanalítico.

La llegada de los años 60, mantuvo el mismo furor regionalista que enmarcó al ciclismo durante la década anterior. El número de departamentos que se unieron a la fiesta aumentó, ya no sólo Bogotá, Cundinamarca, Boyacá y Valle disputaban el trono del pedalismo nacional, Risaralda, Tolima y los Santanderes empezaban a consolidar sus propias figuras.

La Vuelta a Colombia se extendía en el número de etapas y cada vez más regiones del país eran incluidas dentro del cronograma deportivo. A esto, se suma el nacimiento de otra nueva carrera de gran importancia en la historia ciclística nacional como lo fue el Clásico RCN. Cada vez eran más seguidores los que tenían la oportunidad de disfrutar de estas competencias, pero así también era cada vez más notorio el respaldo regional, a tal punto, que trampas y artimañas para perjudicar a los corredores visitantes abundaban con el propósito de evitar que les robaran la victoria.

“Cada departamento se conformaba con los mejores ciclistas de su zona, era como formar una selección nacional, sólo hacían parte pedalistas criollos. Además, la idea de verlos correr con los colores de la bandera de su departamento en el uniforme, generaba y aumentaba el sentido de pertenencia por sus corredores y sus seguidores se agolpaban para apoyarlos de manera masiva y decidida. Pequeños estados se reunían para demostrar su calidad y su deseo de sobrepasar a los demás.”³²

Con la llegada de los años 70 y con un ciclismo que estaba en furor por el número de figuras rutilantes que rodaban por las carreteras del continente con títulos internacionales en su haber, la empresa privada empezó a poner sus ojos sobre ellos e intervenir en este ámbito deportivo que no dejaba de acaparar gran interés en el pueblo colombiano. Grandes marcas del momento como Caribú, Coltejer, Soda Canada Dry, Perfumería Yaneth, entre otras; invirtieron en los equipos y vieron en la publicidad una herramienta beneficiosa para la expansión de sus negocios. Además de ser una estrategia efectiva para el ciclismo como para las organizaciones que no gastaban mucha inversión en tal novedoso proyecto.

Pero esto a su vez, cambió la manera de ver el ciclismo por parte de la afición. Las escuadras regionales desaparecieron y aquellos íconos de identidad cultural fueron

³² Clopatofsky, José. (1985), *El ciclismo un fenómeno social*, Barcelona, Les Badre.

reemplazados por las marcas de productos que vieron en los avisos una forma de persuadir a la gente para convertirlos en potenciales consumidores.

“Los patrocinadores invirtieron su dinero en la formación de escuadras que llamaran la atención y así la publicidad hiciera su efecto. Ellos buscaban los mejores ciclistas del momento y conformaban una constelación de estrellas, ya no importaba si cada uno de los integrantes de la naciente escuadra eran de la misma región.”³³

De esta forma, cada uno de los equipos se constituyó dentro de sus posibilidades económicas y la afición empezó a respaldar a los ciclistas de sus preferencias o a las empresas que eran originarias de alguna región específica. Es el caso de Caribú o Coltejer que representaban a los antioqueños o Droguería Yaneth a los corredores vallunos, etc.

Así ocurrió durante la década de los 70 y fue una costumbre permanente que ha perdurado hasta nuestros días, la publicidad y los patrocinios son los que mantienen vigente a cada una de las escuadras que hacen parte del ciclismo colombiano.

“La gran cosecha de pedalistas de excelente nivel que produjo el país en esos tiempos, llevó a la afición a dejar de pensar tanto en las diferencias internas o regionalistas, se pensaba más como país. Ya la guerra no era bogotanos contra antioqueños o vallunos, era colombianos contra europeos, la consigna era conquistar el viejo continente. Era el momento de romper las fronteras ciclísticas de nuestro pedalismo.”³⁴

Las figuras nacionales e internacionales que tuvieron la oportunidad de correr en el país durante los años de auge del ciclismo atrajeron a la afición nacional, era la gran oportunidad de presenciar lo mejor del mundo en su momento. La lucha entre Colombia y Europa unió al país bajo un mismo contexto y la idea era demostrar que podíamos ser mejores que ellos, todo eso, contagiado del entusiasmo, el patriotismo y el fervor del momento glorioso que empezaba a respirar el país.

³³ Rodríguez, Fernando. Revista Consigna (Mayo 15 de 1984), *La hora del ciclismo*, Vol.8 N° 252, pág. 46.

³⁴ Tobón, César Augusto. (2010, 10 de mayo), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

Como todos los buenos momentos, y más en países que no cuentan con la infraestructura para consolidarse potencia deportiva en periodos más duraderos, llegaron a su fin y la generación que alguna vez llenó de alegría y optimismo al país, cerró su ciclo. Los jóvenes que venían a procederlos enfrentaron a una afición aún ennegrecida por el exceso de triunfalismo y ellos, no cumplieron con las expectativas que el país esperaba. Ya los logros alcanzados no eran comparados con los anteriores y perdieron el interés de la gente.

“Las nuevas figuras no alcanzaron el nivel competitivo que el país se acostumbró a ver años atrás. Los equipos dejaron de ser propios, ya no eran regionales y tampoco las empresas nacionales invirtieron mucho en esta nueva generación. Ver marcas internacionales en las camisas de nuestros corredores, aunque era beneficioso para la rentabilidad de las arcas ciclísticas, no fue bien visto por los fanáticos que sentían que se estaba escapando el deporte nacional de su esencia histórica.”³⁵

Así, con este espaldazo de la afición y de los medios de comunicación, el ciclismo nacional tuvo que seguir construyendo su historia de manera silenciosa y sin los protagonismos de años anteriores. Una afición que estaba distraída por los nuevos fenómenos mediáticos que el fútbol, el beisbol y el automovilismo le regalaban al país y despertaban en ellos momentos para revitalizar el triunfalismo.

“Un aspecto que caracteriza a la afición en Colombia, es que vive los deportes con mucha efervescencia y en una sociedad históricamente poco acostumbrada a ser ganadora, vive sus momentos de gloria con gran excitación y sin algún control de sus sentimientos. Acompañamos con un patriotismo desenfrenado durante los éxitos momentáneos, pero también sabemos dar la espalda en los instantes difíciles y carentes de triunfos.”³⁶

De repente, nadie se acuerda de los deportistas, ni de sus sacrificios y sus éxitos. Desaparecen los procesos deportivos y se busca otra actividad que esté de moda para sacar provecho de ella, mientras dure.

³⁵ Revista Semana. *Aquellas vueltas*, (2005, 8 – 15 de agosto). N° 1214, pág. 164 – 165.

³⁶ Maldonado, Carlos Andrés. (2009, 10 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

El ciclismo no estuvo ajeno a este comportamiento y por eso en sus últimos 20 años ha naufragado por las carreteras de Colombia y del mundo, con la esquiva presencia de un gobierno y de una afición que ha retribuido injustamente el esfuerzo que con las uñas ha hecho el deporte más representativo de lo que somos como cultura.

2.3. El Ciclista Colombiano

Surgen preguntas como: ¿Por qué Colombia, un país tan alejado de la cuna del ciclismo mundial (Europa), tuvo tanto interés en esta actividad y de repente lo convirtió en el deporte nacional? ¿Por qué Colombia es uno de los países del continente en hacerse potencia mundial en ciclismo?

Colombia tiene dos grandes características que han marcado su desarrollo histórico y por lo tanto lo ha convertido en el único país de Latinoamérica en ser potencia en un deporte netamente europeo: el ciclismo. También hay que reseñar que Estados Unidos es el otro ‘monstruo’ del continente en este deporte, pues durante estos últimos 30 años ha ganado 10 veces el Tour de Francia (7 veces Lance Armstrong y 3 Greg Lemond) y ha constituido equipos de gran envergadura a nivel mundial.

El ciclismo es uno de los deportes más exigentes, si es que no es el más exigente, de toda la gama de actividades físicas y competitivas que hacen parte de la cultura global. Para ser parte de la élite profesional, el deportista requiere de una formación y una disciplina excepcional para competir en él. Tener gusto por el sacrificio y por la gloria individual, esto requiere alejarse por completo de las rutinas distractoras de la población del común.

La primera característica que ha hecho del ciclismo colombiano uno de los más fuertes del continente y del mundo, es la estampa y fisionomía del pedalista colombiano, en muchas ocasiones su formación y su idiosincrasia cultural han encajado en los parámetros que distinguen al ciclista profesional.

Generalmente, los ciclistas en Colombia son personas humildes, con ciertos niveles de pobreza y de origen campesino. Son individuos que forman su personalidad soportando sacrificios e incomodidades, muy pocos de ellos han sido afortunados o cautivados por el estudio. Criados en zonas rurales y en altas montañas alejadas de las grandes ciudades, es el caso del altiplano boyacense o de la cadena montañosa antioqueña o nariñense, a miles de kilómetros sobre el nivel del mar. Acostumbrados a sobrevivir en condiciones exigentes y con una calidad de vida carente de comodidades, estos jóvenes crecen con el sacrificio que su misma pobreza y el clima les presenta diariamente.

“Esas difíciles condiciones de vida en las que mucho de nuestros ciclistas han crecido, los vuelve personas resistentes y acostumbrados al sufrimiento. Aspectos que son ideales en un deporte tan exigente como el ciclismo. Son gente de temple, de fuerza, de “verraquera”. Alcanzan una gran condición física al vivir en las alturas, lo cual genera en su sangre cantidades anormales de glóbulos rojos y eso les facilita su ingreso al mundo deportivo.”³⁷

Humilde e incansable trabajador, devora kilómetros en su único medio de transporte, la bicicleta. Acostumbrados a enfrentar los retos de los altibajos del camino, silenciosamente se van forjando los nuevos campeones del ciclismo colombiano. Muchas veces desconocen o carecen de la oportunidad de una formación deportiva adecuada, muchos de estos pedalistas son encontrados en las laderas de las carreteras.

“Aunque el gobierno colombiano y la empresa no han desistido en el apoyo económico y cultural del ciclismo. Es evidente la ausencia de una formación deportiva organizada en las escuelas de ciclismo. Falta mayor presencia en algunas regiones que están olvidadas y seguro están “plagadas” de buenos ciclistas. La Federación y Coldeportes deben poner su punto de mira en muchos de estos personajes que viven en zonas rurales alejadas. Al fin y al cabo, de ahí han salido el 90 % de nuestros grandes ciclistas.”³⁸

El ciclismo en nuestro país no es sólo un deporte que exige una técnica depurada o alguna estrategia de competencia para ganar etapa tras etapa. Es una representación cultural que

³⁷ Urrego, Héctor. (2009, 10 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

³⁸ Medina, Baltasar. (2009, 18 de octubre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

genera orgullo nacional, así como el café, los “escarabajos” han sido íconos constructores de la imagen del país en el extranjero, especialmente en Europa, esa tierra añorada que despierta rencores históricos y con la que se sueña salir ganador, así sea en lo deportivo, y el ciclismo ha sido el trampolín más cercano para hacerlo realidad.

Triunfar en el extranjero montado sobre una bicicleta, es para los hombres de esta raza una oportunidad de salir de la pobreza y el camino que los lleve a convertirse en nuevos ídolos populares. Aunque en un lapso relativamente corto llegan al profesionalismo, algunos alcanzan triunfos nacionales e internacionales, muchos otros sólo logran figurar en equipos profesionales.

“El resultado de la competición establece una jerarquía que, en el deporte, revela preferentemente criterios de la dimensión de estatus y no los de las dimensiones de clase y poder. El reconocimiento y prestigio conquistados por medio del deporte, que se suelen traducir en una recompensa de índole social en forma de honor y fama, pueden ser también de tipo material y aportar poder.”³⁹

Infortunadamente en Colombia, los ciclistas, como la mayoría de los deportistas, no son bien pagos y sus ingresos muchas veces no son suficientes para alcanzar una calidad de vida aceptable. Esto ha obligado a que muchos de ellos desistan de la actividad tempranamente, frenando así todo un proceso de formación deportiva y truncando sus sueños de figurar en el ciclismo profesional. Además, muchos han tenido que sacrificar tiempo en sus entrenamientos para dedicarlo en otras actividades ajenas a la bicicleta, todo con el fin de generar ingresos extras en la economía de sus familias.

“Empezar en el ciclismo es muy complicado y más acá en Colombia. Muchos pueden probar e intentar figurar en la élite profesional, pero son pocos los que se quedan o logran un contrato llamativo. Cada año aparecen nuevos ciclistas y son numerosos, pero las condiciones económicas y laborales son escasas. Con sueldos bajos, ellos tienen que

³⁹ Lüschen y Weis. (1979), *Sociología del deporte*, Valladolid, Editorial Miñón.

comprar sus bicicletas, sus implementos deportivos, realizar su preparación física y, algunos, hasta mantener a sus familias.”⁴⁰

Estas razones han reducido la calidad y el potencial del desarrollo ciclístico del país, agentes externos que intervienen en una adecuada preparación competitiva han truncado los procesos de preparación. Si así no más, con todos estos inconvenientes, el pedalismo colombiano tiene una gran figuración en el ámbito internacional, se puede asegurar que con un programa serio de formación ciclística, los resultados para el país podrían ser mejores y así alcanzar el umbral que la afición siempre ha añorado en el país.

“Llevo 7 años corriendo para el equipo Aguardiente Néctar, los primeros años fueron difíciles para mí, ganaba sólo 300 mil pesos y con eso tenía que sobrevivir. No era suficiente para alcanzar la calidad de vida que requiere un deportista profesional y eso me obligó a trabajar en una bodega para obtener más dinero y así comprar mi bicicleta personal. Pero así es el ciclismo, un deporte de sacrificios, no sé si algún día iré a correr en Europa, pero esto es una vocación y trató de dar lo mejor de mí en cada una de las etapas, así no sea el más popular entre la gente.” Asegura el ciclista bogotano que corre para el equipo cundinamarqués y cuenta las exigentes condiciones que se requieren para llegar a ser un pedalista de nivel.

La segunda característica, para que el ciclismo se haya afianzado dentro de la idiosincrasia cultural en Colombia, es su gran diversidad geográfica y climática. Ya se había mencionado anteriormente, que el ciclista nacional nace generalmente en zonas montañosas y que allí, adquiere una formación física apropiada para la práctica del pedalismo.

Nuestro país cuenta con una cadena montañosa muy extensa (Cordillera de Los Andes) que ocupa el largo y ancho del territorio nacional. Si se compara con los demás países de la región, Colombia es el único que posee tres alargadas cordilleras (Occidental, Central y Oriental) que acompañan a los pobladores desde el sur, en el Departamento de Nariño, hasta su terminación en los santanderes, casi al extremo norte; a excepción de la Región

⁴⁰ Montenegro, Fabio. (2009, 23 de diciembre), entrevistado por Vergara, Hernando, Bogotá.

Atlántica, los Llanos Orientales y la Amazonía, el país cuenta con la imponente presencia de este gran grupo de montañas.

Por lo tanto, la relación habitante – montaña en Colombia desempeña un papel preponderante en el desarrollo social del país. Es innegable tener en cuenta el valor que tiene este relieve geográfico para la economía, la agricultura y la evolución social de toda una nación. Existe un gran respeto y culto por esta pirámide natural, en ellas se cultivan los productos más representativos del país, se habla del café, la papa, la yuca, una gran variedad de hortalizas y verduras; además sobre ella vive un gran porcentaje de la población nacional, a tal punto, que varias ciudades se encuentran ubicadas sobre este relieve natural.

Es un terreno que invita a poner a prueba el orgullo personal, el reto del hombre contra la naturaleza, coronar una de sus cumbres, es la obsesión de un individuo que quiere demostrar que ante su más fuerte obstáculo natural, este puede dominar.

El ciclismo no es ajeno a esta filosofía, es más, allí radica su gran esencia, el triunfo y la gloria en el deporte del pedal se alcanza cuando se gana la lucha contra las empinadas cumbres. Por eso, Colombia cuenta con una gran afición, la mayoría de sus practicantes y, más específicamente los que se ubican en la región andina, tienen un contacto directo y rutinario con estos montículos.

“Colombia cuenta con una variedad térmica muy singular y yo creo que eso ha sido un elemento esencial en el desarrollo del ciclismo nacional. Es raro encontrar en la región, un país que tenga cambios térmicos tan significativos en distancias tan cortas. Por ejemplo, pasar de 2600 metros sobre el nivel del mar a 323 metros en tan solo hora y media de recorrido en carro. Esto demuestra que tenemos unas montañas muy inclinadas, y no sólo una, sino varias en un mismo recorrido y eso, ayuda a la preparación física de los pedalistas.”⁴¹

⁴¹ Mesa, Raúl. (2010, 9 de mayo), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

El ejemplo que trae a colación Raúl Mesa, técnico de ciclismo del equipo UNE - EPM, es la ruta que existe entre Bogotá y el municipio de Melgar. Un recorrido tan corto que presenta tres cumbres importantes, características que cuenta con algunas similitudes a las etapas en el Tour de Francia. Ahora de Melgar al Alto de la Línea, solo hay otras dos horas en carro y allí se pasa de 300 metros sobre el nivel del mar a 3400 metros, con un desnivel de 1653 Km y una distancia de 21,7 Km. Este es un punto que es atravesado por numerosos ciclistas casi todos los días de su preparación deportiva y un reto que pone a prueba la tenacidad del pedalista colombiano.

Pero no es solo el Alto de la Línea, a ella se unen el Alto de las Letras, en estribaciones del Volcán Nevado del Ruíz, en el Departamento de Caldas, y que alcanza una altura de 3470 metros sobre el nivel del mar. El Alto de Santa Helena y El Escobero, en la zona metropolitana de Medellín, con una altura de 2600 metros y un gradiente de inclinación del 21%, en donde se puede escalar 500 metros en tan solo 10 Km de distancia.

También existe el extenso sector de la región cundiboyacense, dos departamentos que están sobre la Cordillera Oriental (Cundinamarca y Boyacá), aunque no cuenta con grandes precipitaciones ni con cambios térmicos significativos, es una zona propicia para la práctica del ciclismo, al ser un sector montañoso y con una presión atmosférica alta, allí los deportistas adquieren un rendimiento físico envidiable.

“Correr por las vías de Boyacá y Cundinamarca es genial para la preparación física. Etapas de 200 km a la misma altura sobre el nivel del mar, eso no se encuentra en Europa. Muchos atletas y equipos extranjeros vienen a correr acá con el fin de alcanzar un grado de rendimiento óptimo. A pesar del riesgo que existe en las carreteras, estas están en buenas condiciones y ofrecen una calidad apropiada en la preparación deportiva.”⁴²

A todas estas características geográficas nombradas anteriormente, también sería importante resaltar un aspecto que hace parte de la idiosincrasia cultural del ciclismo en Colombia y que tiene una estrecha relación con su vida en las montañas.

⁴² Niño, Libardo. (2010, 12 de enero), entrevistado por Dussán, César, Cucaíta, Boyacá.

A lo largo de la historia, nuestro país ha sido muy religioso y devoto con las costumbres del catolicismo (religión oficial hasta 1991), un gran porcentaje de sus habitantes pertenecen a esta corriente ideológica y creen en los mandatos de la Iglesia Católica. La población rural ha podido carecer de educación o de buenos servicios públicos, pero nunca le ha faltado alimentarse de la fe.

Aunque no se crea, existe una fuerte relación entre hombre, montaña y religión. Un triángulo que representa a grandes rasgos la idiosincrasia cultural de nuestro país y en el ciclismo va a hacer parte intrínseca de la misma. Desde siempre los pobladores que viven cerca de las grandes cadenas montañosas han expresado su respeto, ya sea por la inclemencia de sus condiciones físicas o por verse tan poderosa e inmensa en su tamaño a la hora de compararnos con ellas. Alcanzar la cima, trae gran significación para el que lo logra y es por eso que cada uno quiere dejar su muestra u ofrenda como muestra de su gran respeto.

“Es una tradición legendaria y muy representativa en la comunidad cristiana, es común ver en los altos de las carreteras o en las cimas de varias montañas, alguna imagen de la Virgen, una cruz o un Divino Niño. Los cristianos tenemos un respeto por las alturas y se convierte casi en un escalón por alcanzar el cielo o el Reino de Dios.”⁴³

Para un deporte como el ciclismo, que cuenta en la mayoría de sus filas con seguidores de origen campesino y humilde, de gran vocación cristiana y de costumbres tradicionalistas, ven en las altas cumbres los grandes retos para alcanzar la gloria deportiva, gloria que no se consigue sin la ayuda divina.

La historia así lo cuenta, desde las primeras competencias nacionales siempre ha existido una devoción por las imágenes sagradas. Es el caso de los corredores antioqueños Célimo Montes y José A. Alfaro, que aunque no son reconocidos por sus logros deportivos, marcaron un hito en la historia del ciclismo colombiano. Cuando este par de pedalista alcanzaba la cumbre de una montaña, se detenían y hacían frenar a toda la caravana que los

⁴³ Cepeda, Rafael. (2010, 12 de enero), entrevistado por Dussán, César, Cucaita, Boyacá.

acompañaba y se aprestaban a rezarles a los santos que en el camino los acompañaba, fueron conocidos en el medio ciclístico como “Los Corredores de la Virgen del Carmen”.

Los ciclistas le rendían honor a las vertientes de su herencia espiritual, dejando atrás las metas de llegada y trepando montañas arriba con la religión en sus corazones. La línea que separa una carrera de bicicletas de una peregrinación jamás quedó muy bien definida. La Iglesia Católica, la primera institución universal del mundo moderno, siempre lo ha hecho y la agonía del Cristo subiendo al Calvario ha servido como modelo para los atletas colombianos.

“La iconografía del Sagrado Corazón, al igual que el Señor Caído de Monserrate, me pareció que contenían aún más ingredientes para explicar la fascinación colombiana por el ciclismo. El afecto que sienten por cristos en agonía y corazones ensangrentados predisponen a los colombianos a percibir atisbos de salvación en los esfuerzos de sus ciclistas.”⁴⁴

Con todo esto, se puede afirmar que lejos de haberse fundado una nueva religión representada en viejas costumbres para expresar su ideología espiritual, es innegable aceptar que el deporte en Colombia no es más que una versión moderna de la devoción. Y el pedalismo, así lo ha demostrado a lo largo de su existencia. Colombia, el ciclismo y el catolicismo constituyen una inefable e indivisible trinidad.

⁴⁴ Rendell, Matt. (2003), *Reyes de las Montañas*, Bogotá, Grupo Editorial Norma.

3. HISTORIA DEPORTIVA DEL CICLISMO EN COLOMBIA

3.1. Los Años Maravillosos de la Historia del Ciclismo Colombiano

El ciclismo colombiano ha atravesado por dos grandes etapas a lo largo de su historia como deporte en el país. La primera, una prometedora etapa que inicia en la década de los años 50 y que finaliza durante el auge de los años 80. La segunda, que cubre la década de los años 90 y los primeros 10 años del nuevo siglo, un periodo que dejó ver en el pedalismo una de las crisis más fuertes en toda su existencia y de la que está intentando recuperarse.

Es innegable el aporte histórico que estos primeros 40 años le han dejado al desarrollo del país. Son numerosos los triunfos y los objetivos conseguidos durante este periodo, y también, es admirable resaltar la evolución que el mismo alcanzó en este periodo. Desde la transformación social, económica, cultural y política de una nación, hasta construir sueños que obnubilaron la realidad y se sobredimensionó las capacidades con las que verdaderamente se contaba. Aspectos que trajeron buenas experiencias, pero también, elementos negativos que más tarde perjudicaron el normal desarrollo del pedalismo nacional.

3.1.1. Origen de la Bicicleta en Colombia

Después de 35 años de que el francés Ernest Michaux, en 1861, precursor directo de la bicicleta, le diera forma a este vehículo de dos ruedas y lo produjera como herramienta atractiva para las clases populares, este útil medio de transporte pisó por primera vez el territorio colombiano.

En el año de 1896, unos franceses trajeron la bicicleta como una novedad tecnológica en el aspecto de la movilización. Pero en aquellos años, fue de uso exclusivo de estos foráneos

que atrajeron la atención de los habitantes. Aquella impresión dejada por los europeos, le daría la oportunidad a este vehículo de volver próximamente.

A mediados de los años 20, la bicicleta llegó a Colombia, desde el Puerto de Barranquilla, importada de Europa, ya como un elemento comercial de lujo. Según el Padre Efraín Rozo, “Se veía la bicicleta como un artículo extraño, como un juguete que, además, causó muchas aporreadas porque los muchachos de la época, no eran muy diestros en el equilibrio. Ya 10 años después, era un vehículo económico y al alcance de las mayorías.”⁴⁵

El sacerdote fue un precursor del uso de la bicicleta en el país. Era un joven seminarista que se encargó de popularizar este medio de transporte y de llevarlo a las clases populares, en donde programaban algunas competencias de ciclismo de ámbito recreativo.

En esta época de poco auge deportivo en el país y en donde se tenía un total desconocimiento de las actividades deportivas, fueron pocos los medios de comunicación que tuvieron en cuenta estos temas dentro de sus publicaciones. Es apenas a inicios del siglo XX, que la presencia de los primeros velocípedos por las calles llamaron la atención de algunos periodistas.

“Las reseñas deportivas comenzaron a brillar con luz propia en algunas publicaciones regionales, como el caso de la Revista Blanca, publicada en Bucaramanga hacia 1898 y las primeras décadas del siglo pasado por Guillermo Forero Franco, quien en varias de sus ediciones consignó el interés de los jóvenes santandereanos por deportes como el ciclismo del cual ya se lograban tener algunas referencias de países como Francia e Italia, que eran potencias ciclísticas del momento. La acogida de estos escritos fue inmediata y desde allí, las publicaciones regionales empezaron a impulsar el periodismo deportivo como una

⁴⁵ Pinzón, Juan Carlos. (1993), *Tomada de la Tesis: De la Plata a París para una reflexión de la socio – comunicación del ciclismo* [trabajo de grado], Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Carrera de Comunicación Social.

*NOTA: Entrevista a Padre Efraín Rozo, precursor de la cultura del uso de la bicicleta en Colombia durante los años 40 y 50.

actividad digna de tener un espacio en los medios de comunicación existentes en esos momentos.”⁴⁶

3.1.2. Origen del Ciclismo en Colombia

Mientras en Europa, el Tour de France, creado en 1903, y el Giro de Italia, en 1909, llevaban varios años corriéndose por las carreteras del viejo continente y consolidando los primeros profesionales en la rama; en Colombia, sólo algunos osados abrieron las puertas a las competencias ciclísticas en el país, fueron pedalistas extranjeros que realizaron recorridos largos por las rudimentarias trochas.

Se cree que el primer evento ciclístico fue el 15 de agosto de 1899, el Círculo de Ciclistas de Bucaramanga había programado una competencia por las calles de la ciudad, actividad de la cual no se tienen registros escritos, solo un aviso de su realización; es el español Alberto Piedrahita Cordovez, quien intentó cubrir la ruta entre Bogotá y Tunja, capital del Departamento de Boyacá, quien murió en la mitad del recorrido por causa de un colapso. Luego un pedalista alemán, del cual se desconoce su nombre, realizó el mismo recorrido entre las dos ciudades y a la llegada a la Plaza Central de Tunja, murió debido al excesivo desgaste.

En 1929, se da inicio a la primera carrera ciclística colombiana, con la participación de corredores aficionados del país y del extranjero; Bogotá y Tunja son las anfitrionas de una ruta de 130 Km que le da apertura a las carreras en bicicleta. “Con todo, y a pesar del escepticismo de la gente por los decesos de los pedalistas europeos, la carrera se realizó sobre una carretera sin terminar. Un italiano, Carlo Pastore, se consideraba el favorito para ganar la primera etapa. A pesar de su desmesurado esfuerzo, Pastore logra ubicarse en la casilla número ocho en la tabla general. El italiano había sacrificado su liderazgo en la

⁴⁶ Aristizabal, Luis Fernando. (1993), *Historia de la radio deportiva* [trabajo de grado], Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Carrera de Comunicación Social.

carrera a cambio de una posición más placentera debajo de una joven campesina. Así, la historia del ciclismo colombiano tuvo por padre a un italiano.”⁴⁷

Durante los años de la década de los 30 y los 40, el ciclismo aficionado fue tomando alguna popularidad dentro de la población colombiana, pero esto no llamó la atención de los medios para ser tenidos en cuenta. Los espacios que tenían destinados para el deporte, se dedicaban a informar los torneos de polo, tennis, esgrima y golf que se realizaban en el Polo Club o en American Sport Club de la capital del país. La llegada del fútbol profesional en compañía de sus estrellas extranjeras, dieron una mayor importancia y más cobertura a las secciones deportivas.

Cabe recordar que la narración deportiva ya coqueteaba con la radio a mediados de los años 30. En 1934 se realizó otro intento por promover este mecanismo de comunicación con la intención de poder acomodarse de una vez por todas en aquellos medios masivos. La llegada de Carlos Arturo Rueda, quien arribó al país como boxeador, abrió las puertas a un nuevo modelo de periodismo deportivo. Las experiencias obtenidas como oyente de beisbol y del mismo boxeo, sumado a su excelente voz y facilidad para expresarse, fueron suficientes para comenzar una carrera de éxitos a lo largo de su vida.

Luego de estas primeras y arriesgadas travesías, las carreras fueron tomando cierta popularidad dentro de la población y en 1948 se celebra una competencia en el municipio de Zipaquirá, en conmemoración a sus mártires, allí se vislumbraría al primer gran campeón de la historia. En 1949, se realizó una carrera llamada “La Doble a Chía”, que consistió en salir de Bogotá, pasar por el pueblo y regresar al punto de partida. Efraín “El Zipa” Forero fue el ganador de estas dos cruzadas.

“La respuesta de la gente a estas novedosas competencias ciclísticas y la aparición de corredores que incursionaron en el cariño de los aficionados y que a su vez entraron al terreno de la idolatría, llamaron la atención de los medios de comunicación para ser tenidos

⁴⁷ Rendell, Op. cit., p. 16.

en cuenta de manera más continua y con mayor cobertura por parte de los periodistas. La aparición de figuras y de seudónimos para referirse a ellos fueron adornando los titulares de los diarios más importantes del país.”⁴⁸

Las competencias deportivas aumentaron significativamente durante el final de la década de los años 40. Tanto el ciclismo como el fútbol, eran distracciones anheladas por la gente, luego de la trágica jornada del 9 de abril de 1948 y la violencia generada por causas políticas.

A medida que se amplió los eventos deportivos internacionales, nacionales y regionales en diferentes disciplinas, el volumen de las noticias fue exigiendo una transformación en los métodos tradicionales informativos de los medios con respecto a este tipo de cubrimientos, el tamaño de los artículos y de los espacios radiales se fueron consolidando a tal punto que se convirtieron en una necesidad que hizo parte de las parrillas mediáticas.

3.1.3. Los Primeros Pedaleos en la Edad de Piedra

Con la gran popularidad que tuvo el uso de la bicicleta y el repentino éxito de las competiciones realizadas anteriormente, se extendió el recorrido de las mismas y fueron, a su vez, acaparando más el territorio nacional. En 1950, se organizó la prueba Bogotá – Cali, carrera que empleó casi la totalidad del día, y de ahí, se empezó a pensar en la posibilidad de crear una vuelta nacional que atravesara los diversos terrenos de nuestra geografía.

En 1951, Donald Raskin, Pablo Camacho y Jorge Buitrago, el primero, empresario británico que se amañó en Colombia, y los otros dos miembros, periodistas del diario El Tiempo. Ellos se encargaron de organizar la primera Vuelta a Colombia que contó con 10 etapas y la participación de 59 ciclistas. Aquella mañana del 5 de enero en la Plaza de

⁴⁸ Palau, Héctor. (2010, 29 de abril), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

Bolívar de Bogotá, se empezó a tejer una larga historia que influiría en el desarrollo del país.

Al igual que lo hizo el fútbol tres años atrás, el ciclismo se convirtió en una actividad que expandió las funciones y los propósitos de la radio dentro de la población local, escuchar y comprar este medio era la moda durante estos años cincuenta. “La Vuelta a Colombia creó y fomentó en la radio a través de sus transmisiones ciclísticas, un regionalismo que dividió a nuestro país en regiones. La naciente dupla de ciclismo y radio, nos hicieron sentir orgullosos de ser colombianos con los triunfos de nuestros pedalistas.”⁴⁹

El primer campeón de esta gran Vuelta fue Efraín Forero, conocido como “El Zipa”, ciclista cundinamarqués que le daba el primer título a su departamento, además se perfilaba como el mejor en su momento tras traer consigo la medalla de oro en los Juegos Panamericanos de Guatemala el año anterior. Este primer intento fue exitoso y tuvo gran acogida, abrió las puertas para continuar con el certamen durante los próximos años.

Este evento deportivo generó un gran reto tecnológico para la cadena RCN, pionera en este tipo de transmisiones en la carretera. Carlos Arturo Rueda fue la voz estrella e indicada para contarle al país como Efraín Forero conquistaba el primer título. Pero detrás de estas estrellas de la radio, existían otros incansables locutores que atrajeron la atención en los pequeños pueblos por los que esta vuelta atravesaba. Es el caso de Álvaro Cuellar Muñoz, quien con un megáfono y un pequeño parlante, que era sostenido por un asistente, promocionaba productos e informaba antes de la salida o la llegada de los corredores.

“Debido a las carencias de tipo técnico y de la inexperiencia de los mismo periodistas, las emociones de aquella vuelta se transmitieron desde la propia carretera, pero estas no eran en movimiento. Se ubicaban en puntos fijos en donde pudieran obtener una línea telefónica apropiada que le permitiera tener contacto con la emisora Nueva Granada de Bogotá y esta a su vez, se encargaba de repartirla a las demás ciudades que tenían el servicio y las capacidades para recibir las emociones de la vuelta. Muchos de estos personajes se tenían

⁴⁹ Forero Nougues, Mike. (2010, 18 de marzo), entrevista radial, *Programa Astros del Balón*, Cadena Todelar, Bogotá.

que subir a los postes para poder enviar esa información, mientras Carlos Arturo y algunos técnicos tuvieron que arrendar el carro que acompañaba a “El Zipa” para poder seguir al detalle los movimientos del campeón en cada una de las etapas.”⁵⁰

Con Efraín también apareció otro gran pedalista, que prácticamente dominó toda la década de los años 50: Ramón Hoyos Vallejo, antioqueño nacido en el municipio de Marinilla, campeón de las Vueltas de 1953, 1954, 1955, 1956 y 1958. Fue la gran figura del ciclismo nacional y el orgullo de los “paisas” en aquella disputa regional tan exacerbada.

Las primeras vueltas fueron patrocinadas por el periódico El Tiempo, pues dos de sus creadores, Pablo Camacho y Jorge Buitrago, eran redactores de este medio y su incursión directa en este evento deportivo marca un hito para la prensa nacional, ya que por primera vez se veían redactores y fotógrafos cubriendo una actividad de esta índole y más atravesando carreteras colombianas.

“El Tiempo se convierte en el organizador y patrocinador de la vuelta y por lo tanto le dedica gran atención a ella. Manda a cubrir este gran evento con varios de sus redactores, fotógrafos y con invitados especiales, es el caso de Constantino Casas Buenas y Alejandro Galindo que entran a colaborar con el diario. Es tanta la importancia que le da a esta carrera, que diariamente aparece una página con información completa, crónicas y numerosas fotos.”⁵¹ Por su parte, El Espectador, El Siglo y otros medios escritos desconocieron por completo a El Tiempo como organizador y no le dan importancia suficiente a la carrera, se limitan a contar lo necesario y los fines de semana hacían un análisis de lo sucedido durante la semana.

Con el pasar de los primeros años y con experiencia ganada con cada etapa recorrida, la radio sigue promoviendo avances para mantener al tanto a los frenéticos hinchas que estaban a la espera del rendimiento de sus héroes. La aparición de los transmóviles, que contaban con una escotilla que mejoraba la visibilidad de los locutores, y de las alianzas entre las emisoras de las ciudades, quienes se sumaban a la transmisión con su mejor voz

⁵⁰ Urrego, Héctor. (2009, 10 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

⁵¹ Aldana Rosillo, Edgar. (1984), *Historia del periodismo deportivo en presa: historia, redacción y propuesta* [trabajo de grado], Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Carrera de Comunicación Social.

para ir contando lo que ocurría en la vuelta, fueron avances que modernizaron la radio y le abrieron puertas hacia una evolución que beneficiara su subsistencia.

La radio adquiría cada vez más importancia y penetraba con mayor fuerza en la población que se interesaba en el desarrollo de la vuelta y veían en este medio una gran aliada. Las figuras empezaban a brillar con luz propia y, a la llegada de Carlos Arturo Rueda, se fueron sumando los de Alberto Piedrahita Pacheco, Pastor Londoño, Eucario Bermúdez y el mismo Álvaro Muñoz Cuellar, entre otros.

“La radio supo sacar provecho de esa disputa regionalista que reinaba en el entorno nacional. Locutores y comentarista de cada ciudad, no reparaban en comentarios y elogios sobre los ciclistas de su departamento y eso propició a levantar los ánimos y las rivalidades entre los fanáticos. A su vez, ayudó a subir la imagen del periodista que de a pocos se iba convirtiendo en un líder de opinión. Los medios empezaban a mover masas y a construir entornos que se reflejaban en el desarrollo de las carreras.”⁵²

Un aspecto para tener en cuenta, fueron los triunfos de los extranjeros en la Vuelta a Colombia, que hasta el presente año, eran los únicos en la historia de la competición. En 1952, el francés José Beyaert ganó la segunda versión, hiriendo el orgullo nacional de los deportistas y aficionados; y en 1957, el español José Gómez del Moral, se aprovechó de las disputas entre los equipos antioqueños y los organizadores por la reglamentación en una de las etapas, situación que lo llevó a alcanzar su único logro en la competencia.

“La Vueltas del indomable “Zipa” Forero o de Hoyos, 1154 extenuantes kilómetros a lo largo de trochas de arena, lodo y piedra, y subdividida en 10 mortales etapas, unió a la nación en su búsqueda de una identidad, haciendo eco y condensando el espíritu de todos esos viajes al interior, a lo largo y ancho de esa Colombia no descubierta.”⁵³

⁵² Tobón, César Augusto. (2010, 10 de mayo), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

⁵³ Rincón, Op. cit., p. 22.

3.1.4. La Gran Escuela Antioqueña

La gran dinastía de Ramón Hoyos y del Zipa Forero iba llegando a su fin, los herederos del ciclismo seguían surgiendo del territorio antioqueño y del eje cafetero. Rubén Darío Gómez, “El Tigrillo de Pereira”, oriundo de Risaralda, ganó las Vueltas a Colombia de 1959 y 1961, como también los Clásicos RCN de 1961 y 1962. A estos triunfos, se suma el de otro hombre de la región conocido como “Príncipe Estudiante”, Hernán Medina, nacido en Medellín y quien se llevó el título en 1960.

Vinicio Echeverry e Isabel Ángel dirigían El Club Mediodondo, un club de ciclismo improvisado para adolescentes que produjo los más grandes talentos de la década del 60. El nuevo aire que traía el pedalismo en Colombia estaba dando sus frutos, la escuela antioqueña consolidaba su hegemonía y la aparición del segundo gran ciclista de la historia lo confirmaba: Martín Emilio Rodríguez, “Cochise”, ciudadano ilustre de Medellín, se convirtió en el pedalista más exitoso de la historia del país, sus numerosos logros, no solo en la ruta sino también en la pista lo confirman. Campeón de las Vueltas a Colombia de 1963, 1964, 1966 y 1967; subcampeón en 1962, campeón de ruta en Colombia en 1965 y de Centroamérica en 1966, campeón de la Vuelta al Táchira en 1966 y 1968, dos veces segundo en la Vuelta a México, en 1964, por 11 segundos y en 1967, frente a su compañero de equipo Álvaro Pachón.

“Cochise” fue el más grande pistero latinoamericano de su tiempo, los 4 mil metros persecución individual era su especialidad. Había ganado los Juegos Centroamericanos en 1962, los Bolivarianos en 1965, los Americanos en 1965 y 1966 y los Panamericanos en 1967. También la segunda carrera en importancia en Colombia, el Clásico RCN, en 1963 y fue segundo dos veces en 1961 y en 1967. En 1970, alcanzó el récord de la hora en México y en 1971 fue Campeón Mundial en su especialización, los 4 mil metros, en Tradate, Italia. Además de ser el primer corredor colombiano en hacer parte de un equipo profesional europeo, en Italia, de la mano del gran Felice Gimondi, en donde consiguió el trofeo Baracchi, en 1973.

Así como el ciclismo colombiano iba alcanzando una prometedora evolución, los medios de comunicación demostraban lo mismo con cada vuelta que pasaba. El desarrollo tecnológico y la experiencia que ganaron los comunicadores, fueron mejorando la calidad de las transmisiones deportivas.

La fuerza que tomaba la radio como el medio más cercano para contar instantáneamente los sucesos de cada una de las etapas era impresionante y desde finales de los años 50 ya abarcaba casi la totalidad de la geografía nacional, esto gracias a la facilidad para adquirir receptores de señales. Esto logró que incrementara la participación de la empresa privada con publicidad y así explotar la proliferación que generaban las transmisiones deportivas en el país.

“La cadena RCN era pionera y la de mayor experiencia en este tipo de transmisiones, pero con la llegada de nuevas tecnologías y con la proliferación de jóvenes ciclistas que llamaban la atención de la afición en el país, la cadena CARACOL entra con todo a la vuelta y trae un revolucionario sistema de *Single Said Band*. Este nuevo sistema ofrecía una mayor calidad y amplitud de la onda, pero esta generaba interferencia al entrar en contacto con otras señales. Por su parte, RCN seguían en la A.M. y presentaba un mejor rendimiento. Estas acciones ya demostraban las guerras entre las cadenas radiales por hacerse con la mayor audiencia y buscaban en la tecnología una estrategia para hacerse como el medio oficial de la Vuelta.”⁵⁴

Con Martín, surgieron grandes corredores durante estos años, como Javier Suárez, “El Ñato”, también antioqueño y ganador de la Vuelta de 1965 y del Clásico de ese mismo año y del siguiente. Y una camada de corredores que hacían parte de otros departamentos que empezaban a hacerse nombrar dentro del ámbito ciclístico nacional. Entre ellos el boyacense Roberto Buitrago, “Pajarito”, ganador en 1962 y el Clásico de 1964; “El León del Tolima”, Pedro J. Sánchez, ganador en 1968 y el cundinamarqués, Pablo Hernández, quien corrió para el departamento de Caldas y ganó la Vuelta de 1969.

⁵⁴ García, José Luis. (2009, 21 de octubre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

Otro aspecto para resaltar durante la década de los años 60, fue la creación del gran Clásico RCN, una de las cadenas radiales le apostó al ciclismo y engendró el segundo certamen más importante del país. Además, la Vuelta a Colombia salió de sus fronteras territoriales para insertarse en el limítrofe estado del Táchira. Suceso que llevó a la posterior creación de la reconocida Vuelta al Táchira, Venezuela, en 1965.

“Durante este periodo, los medios vieron muy atractivos la transmisión a estas actividades deportivas e incursionaron en ellos como antes nunca se había visto. Las cadenas entran en una competencia acérrima por ganar audiencia y arman equipos de transmisión llamativos. Locutores y comentaristas de trayectoria y éxito se unen en cada uno de los transmóviles para contarle al país las competencias ciclísticas. Era reunir una constelación de estrellas de la radio deportiva para dichas transmisiones, muchas veces eran más figuras los comunicadores que los mismos corredores.”⁵⁵

Esta década se convirtió en la era de los comentaristas de carretera, ya que ellos fueron tomando gran importancia y se convirtieron en el complemento de cada locutor. Las cadenas radiales querían ubicar a los mejores comunicadores y logró consolidar parejas de gran recordación en el público. Se recuerdan a Carlos A. Rueda – Jaime Tobón, Gabriel Muñoz – Pastor Londoño y Julio Arrastia Brica – Eucario Bermúdez – Mike Forero.

Esta aparición de analistas deportivos, abrió las puertas para la creación de espacios para la polémica y el regionalismo informativo. Dentro de los primeros programas que hicieron parte de este tipo de formatos en la radio fue “Hechos y Estrellas de la Vuelta”, quien hacía un resumen de la jornada y ofrecía un análisis de lo sucedido sobre la carretera. Todas las noches se reunían Arrastra Brica, argentino quien llegó como entrenador en el año 1951, en compañía de Pastor Londoño y Guillermo Hinestroza.

Por su parte, los periódicos se convirtieron en sólidas industrias editoriales, se importaban costosos y complejos linotipos para mejorar la calidad gráfica de los textos. La impresión se convirtió en una empresa capaz de imprimir más de 50 mil periódicos diarios. “Era innegable que el auge de la publicidad y de ciclistas de gran nivel atrajo el interés de la

⁵⁵ Torres, Aycardo. (2009, 21 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Duitama, Boyacá.

prensa y, aliado con los nuevos recursos tecnológicos, la cantidad de periódicos era el arma para entrar en los consumidores. El ciclismo fue uno de esos temas que sacó provecho de esta bonanza editorial y estos medios no reparaban gastos en enviar redactores, fotógrafos y enviados especiales para cubrir los logros de “Cochise”, “Pajarito”, Medina, etc.”⁵⁶

Un aspecto que cambió la forma de ver el ciclismo en Colombia fue la transformación de los patrocinios en los equipos. Para mediados de los años 60, comienza la lucha entre los equipos de marca y deja a un lado el regionalismo que en un comienzo fue vital y emotivo para la afición, los corredores y los mismos periodistas.

“Desaparecen las selecciones departamentales y el auge económico de la empresa privada les permite entrar como herramienta activa en el ciclismo nacional. Ahora la afición tenía que acostumbrarse con nombres como Caribú, Coltejer, Avianca, Bavaria, etc., esa disputa regional va desapareciendo en la idiosincrasia cultural y la gente brindaba su apoyo a los pedalista de su región o a las empresas privadas de su ciudad de origen, sin importar que dentro de la misma escuadra hacían parte pedalistas de otros lados.”⁵⁷

Esta segunda década de ciclismo colombiano trajo transformaciones significativas, por un lado, una constelación de estrellas sobre las bicicletas, los antioqueños llevaron las banderas hegemónicas del ciclismo y empezó a consolidar nuestro pedalismo con éxito en el exterior. Por otro lado, afianzó a un periodismo deportivo que ganaba gran espacio dentro de la afición y también consolidó a un número de comunicadores como líderes de opinión de una masa eufórica por la moda de los héroes populares.

⁵⁶ Ramírez, Juan José. (2009, 2 de diciembre), entrevistado por Vergara, Hernando, Bogotá.

⁵⁷ Tobón, César Augusto. (2010, 10 de mayo), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

3.1.5. Años de los Récords

Mientras Martín Emilio Rodríguez terminaba su carrera por Europa, en Colombia nacía otra nueva generación de ciclistas que se encargarían de brillar durante esta década. Lo llamativo, es que ya no eran ni antioqueños ni del eje cafetero, los “paisas” estaban cediendo el trono a los corredores provenientes de las frías y montañosas tierras de Boyacá y Cundinamarca.

Figuras como Álvaro Pachón, ganador de la Vuelta a Colombia en 1971, Miguel Samacá, en 1972 y 1974, José Patrocinio Jiménez, Vuelta y Clásico RCN en 1976, y el gran corredor Rafael Antonio Niño, conocido como “El Niño de Cucaita” por ser oriundo de dicho municipio boyacense, ganador de las Vueltas de 1970, 1973, 1975, 1977, 1978, 1980 y los Clásicos RCN de 1971, 1975, 1977, 1978, 1979. Resultados que lo avalan como el mejor corredor colombiano durante la década de los años 70.

Era indiscutible el poderío de Niño en Colombia, barrió con todas las competencias a nivel nacional, logros que le dieron la oportunidad de ser tenido en cuenta por el equipo europeo Jolly Cerámica, escuadra italiana liderada por la nueva promesa del ciclismo, Giovanni Battaglin. Recomendado por el mismo “Cochise”, Niño llegó y corrió en Europa, pero sus resultados fueron negativos y él no se pudo acostumbrar al ritmo ni al entorno europeo.

“El 90 % de los ciclistas colombianos empezaron con nosotros, ganándose la vida haciendo domicilios. Todos éramos hijos de campesinos que se habían venido a las ciudades. Lo mismo fue cierto para Hoyos y su generación y luego para los que nos siguió a nosotros. No me acostumbré al ritmo de vida ni a las condiciones del clima en Europa, no me sentía cómodo y eso afectó mi rendimiento. Me aburrí y decidí volver a Colombia.”⁵⁸

El ciclismo colombiano pasaba por una maravillosa etapa, las figuras brotaban en grandes cantidades, el espectáculo estaba garantizado, se había dejado atrás las disputas regionales y se convirtieron en duelos cerrados entre ciclistas que llamaban la atención más por sus

⁵⁸ Niño, Rafael Antonio. (2008, 14 de noviembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

apodos que por sus mismos nombres. Esta motivación popular fue atrayendo la atención de las empresas por patrocinar a los deportistas y así dar a conocer sus marcas.

Lo mismo sucedía en los medios de comunicación, sobre todo en la radio, el número de emisoras crecía significativamente y una nueva bandada de relatores y comentaristas oxigenaban el entorno deportivo. Entre ellos se encontraban Jorge Eliecer Campuzano, Joaquín Mariano López, Armando Moncada, Edgar Perea, Alfredo Cañoto y uno de los periodistas más reconocidos del momento en el ciclismo, Héctor Urrego.

“Tanto radio como prensa ya eran empresas promisorias, contaban con el respaldo económico y con el aval de una afición que se acostumbró a RCN, CARACOL y TODELAR, como las marcas oficiales para el cubrimiento de estos eventos deportivos. Los espacios para el análisis y el comentario cada vez era mayor, la pauta publicitaria y el interés de la afición por conocer lo sucedido con sus ídolos, le dieron ese auge tan significativo a la radio.”⁵⁹

El ciclismo y el boxeo, a través de los triunfos conseguidos en el exterior, en la década de los 70, permitió demostrar a la prensa deportiva su influencia sobre las masas, pues los grandes recibimientos organizados prácticamente por los mismos medios era la prueba fehaciente de la capacidad de concurrencia que tenían. Con ello, el comentario deportivo se popularizó y se hundió en la trivialidad. “Los comunicadores entraron en un aire de grandeza y prepotencia absurdo. A través de sus opiniones fueron perdiendo el respeto por la figura deportiva como persona. El periodismo se comercializó y el deporte a nivel de educación se desplazó por el deporte espectáculo, todo esto por la mala utilización y la comercialización de los mismos medios de comunicación.”⁶⁰

Por otro lado, los periódicos de gran importancia no pierden pasos de los movimientos de las figuras en el país y en el exterior. Aumenta el número de enviados especiales a los diferentes epicentros de las competencias y la redacción de los artículos, como la parte gráfica desempeñan una función esencial en la elaboración textual de las notas. Dentro de

⁵⁹ Urrego, Héctor. (2009, 10 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

⁶⁰ Ramírez, Juan José. (2009, 2 de diciembre, entrevistado por Vergara, Hernando, Bogotá.

las páginas deportivas de estos diarios, se puede ver con mayor frecuencia las crónicas humanas de los deportistas, los momentos claves de las carreras y espacios de análisis técnico de los mismos.

Entre el grupo de cronistas y redactores que empezaron a destacarse por la incursión de columnas de opinión y de análisis deportivo como “El Cronómetro”, se destacaron nombres como los de Guillermo Tribín Piedrahita, Isaías González, Camilo Tovar, Eliecer Ortega, Hernán Silva, Libardo Gil Ceballos y Héctor Troyano.

Era evidente el crecimiento de los equipos de trabajo en los diarios y esto llevó, en aquellos años, a que los medios impresos le apostarán a una nueva estrategia de especialización temática y que venía con mucho éxito en Europa y Norteamérica. Aparecen las revistas deportivas como “Revista del Deporte” de El Espectador y “Cronómetro”, separatas ilustradas a color y con una extensión de 24 páginas. Juan José Ramírez recuerda que se hizo mucha promoción para incentivar la lectura de estos espacios y hasta se hicieron novedosos concursos como “Hall de la Fama y Equipo de las Estrellas” para atraer a los nuevos lectores que buscaban al deporte como especialidad y que la compraran como un producto aparte del periódico que tradicionalmente recibían.

Estas revistas transformaron la forma de leer sobre deportes, los artículos tenían mayor cobertura y los contenidos exigían gran conocimiento por parte del periodista. Así, esta rama de la actualidad se fue convirtiendo en un espacio que contaba con especialistas para cada uno de los deportes. Es así como el interés por el cubrimiento nacional e internacional requirió mayor dedicación y para ello, los periódicos ampliaron su grupo de personal, hubo un tiempo que hasta cinco redactores hicieron parte en el proceso de elaboración de las noticias.

Los logros conseguidos fuera de Colombia estructuraron la idea de empezar a ver a Europa como un destino fijo para los ciclistas colombianos. Los medios de comunicación empezaron a desempeñar un papel importante en la promoción de estos deportistas, y con ella, nació la primera revista especializada en el tema llamada Mundo Ciclístico, dirigida por el reconocido periodista de RCN, Héctor Urrego.

La empresa tiene total conocimiento de la forma como se está desarrollando el ciclismo y ve en aquella situación una oportunidad para expandir la promoción de sus productos. El momento por el que están atravesando los pedalistas nacionales es un buen trampolín para diseñar estrategias publicitarias más llamativas. La incursión de “Cochise” y Niño en Italia y de Pachón en México, sumado a la presencia de un visionario como Miguel Ángel Bermúdez en la antigua Asociación de Ciclismo incitaron a la empresa privada a buscar alternativas que permitieron a nuestros corredores entrar a las grandes carreras europeas. Talento existía y dinero también, solo aprovechar el momento y planificar la forma para que esta alianza diera los frutos esperados.

3.1.6. Los Años Maravillosos

Desde finales de la década anterior, ya venía sonando el nombre de un pedalista nacido en Bucaramanga, su nombre Alfonso Flórez, ganador de las Vueltas a Colombia de 1979 y 1983. Gran corredor que representó al país en varias competiciones aficionadas en América y Europa, entre ellas el Tour de L’Avenir en 1980, carrera que esta destinada para las nuevas figuras del ciclismo y sirve como trampolín para llegar a correr el Tour de France.

Este logro fue uno de los triunfos más importantes de la historia del deporte en Colombia, y más en esos años, que solo traíamos consigo un 4 – 4, en un partido del Campeonato Mundial de Chile, en 1962, contra la URSS. Después de esto, el país obtuvo esperanzadores resultados en varios eventos amateur europeos. En 1981 Rafael Acevedo fue campeón de la montaña en la Vuelta a Eslovaquia, y Patrocinio Jiménez, segundo en el Gran Premio Guillermo Tell, en Suiza. Un año después, los colombianos ganaron el Tour de Valsenia y quedaron segundos en el Giro de Italia amateur. El proyecto ambicioso de Miguel Ángel Bermúdez, presidente de la Federación Colombiana de Ciclismo desde 1979, daba sus frutos. Su campaña de llevar el ciclismo colombiano a Europa y hacerlo correr en las grandes carreras del mundo empezaba a tener forma verídica.

Después de 50 años de historia y de una larga espera, en 1983 un equipo colombiano fue invitado al Tour de France y listo para dar a conocer el material ciclístico de los que estaban hechos aquellos desconocidos, provenientes de las lejanas montañas del norte de Suramérica. La multinacional alemana Pilas Varta se arriesgó a patrocinar al equipo y con una larga inversión respaldó esta primera excursión por el gran Tour.

Los resultados fueron positivos y envueltos de un gran optimismo, aunque la posición de la escuadra nacional no fue la mejor, Edgar “Condorito” Corredor y Patrocinio Jiménez lograron ser contratados por el equipo español Teka, se ganó en experiencia y se conoció la exigencia ciclística de Europa. Además para la empresa representó un aumento en sus ventas del 11% en ese año y no se hablaba solo de las *Eveready* sino también de las Varta a la hora de referirse a las pilas.

Los momentos para que la euforia ciclística explotara en el país habían llegado y la conquista a Europa trajo un ambiente de patriotismo limitado que fue muy bien aprovechado por los medios de comunicación. Los cubrimientos deportivos a las diferentes carreras alcanzaron una presencia nunca antes vista en Europa y pusieron a nuestros medios a enfrentar nuevos retos en cada una de sus transmisiones.

“El excesivo optimismo y triunfalismo que se respiraba en el entorno nacional y que por obvias razones contagió al periodismo en general, trajo cosas buenas, pero se deformaron otras tantas. Esto obligó al comunicador a cambiar la estructura de la información, se comercializaron las páginas y los propietarios de los medios tuvieron que renovar sus equipos e implementar nuevos sistemas de transmisión como el fax, las microondas y la señal vía satélite”⁶¹

La bonanza ciclística atrajo el interés de la televisión, con ella llegó la compra de exclusividades de la transmisión de competencias desde el viejo continente y el ingreso económico por parte de los patrocinadores de los eventos. “Para las programadoras fue un negocio redondo y las ganancias superaron las expectativas de los empresarios y periodistas

⁶¹ Aristizabal, Luis Fernando Op. cit., p. 74.

del canal. Pero con ello, la esencia informativa se dañó y se corrompió por completo, se podría decir que la autonomía periodística se vio distorsionada por la poderosa intervención de la empresa privada. Durante los años 80 era normal ver a los ciclistas en comerciales de televisión, radio, afiches y hasta en álbumes como los que produce Panini antes de un Mundial de Fútbol.”⁶²

La primera mitad de la década trajo un grupo de jóvenes ciclistas que ganó prácticamente todas las competiciones nacionales del momento. Con un desconocido Fabio Parra, originario de Sogamoso, Boyacá, quien ganó la Vuelta a Colombia en 1981 y posteriormente un Clásico RCN en 1987. Cristóbal Pérez, cundinamarqués, ganador en 1982 y Luis Herrera, oriundo de Fusagasugá y conocido como “El Jardinerito”, consiguió los títulos del Clásico RCN de 1982, 1983, 1984, 1986 y posteriormente las Vueltas de 1984, 1985, 1986 y 1988.

Por su parte, Martín Ramírez consiguió un gran estímulo antes de afrontar el segundo Tour de France. En 1984 ganó la Dauphiné Libéré por encima del mejor ciclista del mundo en ese momento, el francés Bernard Hinault. Triunfo que llenó de expectativas y triunfalismo a los fanáticos del ciclismo, quienes vieron en él y en los logros de Herrera elementos suficientes para alcanzar la cima del ciclismo mundial.

Ganando la famosa y exigente etapa montañosa de Alpe D’Huez y llegando segundo en otras dos, el tour francés dejó satisfecho a los colombianos por los esfuerzos realizados y se reconoció que era la primera gran prueba para Luis, que aún carecía de experiencia. Mientras tanto, en Colombia el Clásico RCN tomó una gran importancia al traer los mejores ciclistas del momento en el mundo. El país tomaba su posición dentro de la élite de este deporte y aquellos primeros logros en el exterior fueron llamando la atención del pedalismo internacional.

Para 1985, Luis Herrera, Fabio Parra y otros ciclistas nacionales, se habían retirado temprano de la Vuelta a España y se dedicaron a prepararse en territorio colombiano antes de afrontar el Tour que estaba por venir. Mientras tanto en Francia, Martín Ramírez repite

⁶² García, José Luis. (2009, 21 de octubre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

la hazaña de Alfonso Flórez al ganar el Tour de L’Avenir de ese año. Los resultados obtenidos fueron satisfactorios, esos mismos los llevaron motivados e ilusionados y, con ellos, una afición con hambre de gloria.

Luis consiguió el título mejor escalador, ganando dos de las tres etapas que consiguieron los ciclistas colombianos, la otra fue para Fabio Parra, con un segundo lugar de “Lucho”. Es recordado aquel percance, en Saint Etienne, de Herrera, que lo llevó a la meta con su rostro ensangrentado debido a una caída unos kilómetros antes. “Así, la vertiente sentimental del catolicismo colombiano y la tendencia morbosa de carácter nacional, encontraba su expresión suprema en el ciclismo. En el cuerpo pequeño, el rostro ensangrentado y la victoria tormentosa de Lucho, Colombia se vio reflejada con más fidelidad que nunca.”⁶³

El triunfalismo brotó en el ambiente nacional, los logros obtenidos y la manera cómo estos se alcanzaron, llenaron de orgullo patrio al ciclismo. Colombia se había ganado un respeto dentro del petalismo mundial, de ahí, su invitación a la próxima versión del Tour y con el lujo de enviar, no uno, sino dos escuadras nacionales. De este gran momento, sacaron provecho políticos y empresarios para patrocinarlos, y a Pilas Varta se les une Café de Colombia y para 1986, la presencia de ciclistas nacionales es la más grande en toda la historia, con un total de 26 corredores.

Este fue el tema que acaparó el total interés de la afición y por lo tanto de las secciones deportivas de los diferentes medios de comunicación. Los programas dedicados exclusivamente al ciclismo en la radio aumentaron significativamente entre ellos se recuerda “La Hora del Ciclismo”, programa que aún sigue vigente en Antena 2 de RCN y la cadena CARACOL dedicaba espacios al pedalismo a través de Radio Deportes.

La prensa no se quedaba atrás y las revistas deportivas que se mantenían vigentes incursionaron fuertemente en inmiscuirse en la vida y en el desempeño de los deportistas nacionales. Los grandes diarios destinaban secciones y páginas completas a la cobertura de

⁶³ Rendell, Op. cit., p. 278.

los equipos y los protagonistas que se preparaban para correr en Francia. Esta cobertura podría ser comparable a la que dedicaban los medios, días previos a un Campeonato Mundial de Fútbol con la presencia de la Selección Colombia, como fue el caso de Estados Unidos 1994 y Francia 1998.

Infortunadamente no pasó nada, no se cumplieron con las expectativas y unos retiros tempraneros de Luis y de Fabio, sumado a unas malas posiciones de los equipos, derrumbó esa ilusión de coronar el tan anhelado Tour de Francia. “Desde ese momento empezó el ciclismo colombiano a decaer, aunque más adelante viene el título de Luis Herrera en España, la motivación tuvo una ruptura inmensa en la cultura ciclística en Colombia”⁶⁴

A pesar de todo, en el año de 1987, llegó uno de los logros más grandes del deporte colombiano hasta entonces. “Lucho es campeón de la Vuelta a España y se convirtió en el primer colombiano en portar la camiseta de líder en una de las tres competencias grandes europeas. Además los colombianos ocuparon 4 puestos entre los 10 primeros. Los ciclistas patrocinados por Manzana Postobon, cuyo líder era Martín Ramírez, ganaron por equipos. Triunfar en la Madre Patria no dejaba de tener un buen sabor, pero Colombia no estaba en guerra con su pasado colonial, aún estaba en guerra consigo mismo.

Para los años 1988 y 1989, ya existía un medio local más exigente, después de aquel triunfo en España, la gente ya no se conformaba con ganar etapas o pequeñas clásicas regionales europeas. Su ambición era el Tour, y se creía ciegamente en que el campeón tenía que ser colombiano. Un tercer lugar histórico de Fabio Parra en 1988, subió por primera vez a un ciclista colombiano en un pódium de la vuelta francesa. El triunfalismo no cesó, y luego de esto, se veía más cerca el tan anhelado título. El año siguiente no se lograron los éxitos esperados, un Luis Herrera rezagado en el puesto 19 y el retiro temprano de Fabio, redujeron las esperanzas y dejaron a un novato desconocido, William Palacio, llevarse la mejor actuación al ser el segundo mejor novato del Tour.

⁶⁴ Rondón, Abelardo. (2009, 9 de julio), entrevistado por Urrego, Héctor., “La Hora del Ciclismo”, en *Antena 2*, Radio Cadena Nacional de Colombia (RCN), Bogotá.

*NOTA: Abelardo Rondón, ex ciclista profesional del equipo Manzana –Postobon, hizo parte de la delegación de colombianos que corrieron en Europa de 1985 – 1989.

“Si yo fuera técnico de algún equipo colombiano, mi planteamiento sería sencillo: como los sudamericanos no son capaces de ganar el Tour por el momento, me olvidaría de la clasificación general. Mejor guardar fuerzas para ganar la camisa de la montaña y los triunfos de etapa. Desde hace varios años he sostenido que los ciclistas colombianos fueron valorados muy por encima de sus alcances reales, tal vez por exceso de optimismo.”⁶⁵

Por su parte, en Colombia, unos jóvenes que recién aparecían en la órbita ciclística, ganaban las Vueltas a Colombia de 1987 y 1989. Ellos fueron, respectivamente, el cundinamarqués, Pablo Wilches y el boyacense Oliverio Rincón. Títulos que determinarían la evolución del ciclismo nacional a las puertas de la década de los años 90, pero que infortunadamente no tuvieron la importancia que se esperaba porque la atención estaba puesta en Europa.

Así como la decepción se generalizó en la afición y en el ambiente ciclístico nacional, los medios de comunicación también se vieron afectados fuertemente. Aunque el fútbol tomaba gran importancia en el entorno deportivo, el pedalismo empezaba a perder interés entre la población y por lo tanto sus espacios también se reducían notoriamente.

“El tiempo de espera para ganar el Tour de Francia se acabó y solo fue que Herrera y Parra estuvieran en el ocaso de su carrera para que el espectáculo del ciclismo bajará su telón y esto fue un coletazo que afectó a los medios que invirtieron en ello esperando mejores resultados. El periodismo dedicado al ciclismo perdió mucho terreno y el espacio que había ganado durante los 30 años anteriores, se fue cediendo al fútbol progresivamente.”⁶⁶

Aquellas revistas deportivas tuvieron que ser cerradas, no alcanzaron resultados económicos positivos. A los diarios le costó acostumbrar a la gente a leer este tipo de medios informativos y más en una sociedad en donde la lectura no hace parte de sus actividades favoritas. Aunque se trató de innovar y de cambiar el formato, estas intenciones fueron en vano y los cierres eran definitivos.

⁶⁵ Urrego, Héctor. (1990, octubre – noviembre), “Entrevista con Bernard Hinault”, en Revista Mundo Ciclístico, vol. 130, pp. 12 – 13.

⁶⁶ Tobón, César Augusto. (2010, 10 de mayo), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

Las caravanas periodísticas por las calles de Europa se acabaron, durante algunos eventos los medios llevaban varios de sus enviados especiales para que cubrieran las proezas de nuestros “escarabajos”. Con el desaliento emocional que generó los resultados obtenidos, ya no era negocio para los canales gastar dinero en ese aspecto.

Cabe recordar que esta década fue la más generosa para la economía del ciclismo colombiano, la pauta publicitaria participó activamente en cada una de las escuadras y no reparó gastos en la promoción de sus productos. Es rescatable y admirable la novedosa estrategia que la empresa Café de Colombia, Pilas Varta y Postobon diseñaron como marca que unificó el sentido nacional y construyeron fenómenos de identidad cultural que posicionaron e identificaron al ciclismo nacional frente al mundo.

Los flojos resultados de final de la década y el desprestigio al que fueron sometidos los ciclistas, afectaron fuertemente su plan de promoción y los ingresos fueron mínimos a la inversión que se estaba haciendo. Esto obligó a tomar medidas drásticas dentro de las escuadras de ciclismo para poder mantener la marca, hasta Luis Herrera aceptó una disminución del 50 % de su contrato. Además se suspendieron bonos de premiación individual, reestructuración del cuerpo técnico, reducción de corredores y de pruebas en el calendario.

Con todos estos cambios, parecía que el ciclismo naufragaba y las esperanzas de mantenerlo vigente eran cada vez más pequeñas. La llegada de nuevas figuras y de mejores resultados deportivos determinaría la continuidad de varios proyectos y dejaría al pedalismo nacional sobreviviendo tan solo con las reservas del tanque de oxígeno.

Con preocupación y cierta decepción, terminan los maravillosos años del ciclismo. Una afición desanimada y con los ojos puestos en otro deporte de gran auge como el fútbol, el pedalismo atravesaría la más oscura de sus crisis y que aún lo tienen con síntomas de recuperación, por lo menos, para alcanzar un nivel competitivo que los mantenga dentro del círculo exclusivo del ciclismo mundial.

3.2. Los Años Oscuros del Ciclismo Colombiano

La historia del ciclismo en Colombia no solo se quedó en esas cuatro décadas de grandes proezas y figuras rutilantes que atraían el interés de la afición. Los últimos 20 años han traído al ciclismo un periodo de sequía de grandes pedalistas y de logros llamativos.

Pero esto, no quiere decir que es una historia perdida en el colectivo nacional, en estas dos décadas han salido nuevos ciclistas que han logrado figurar en las carreteras del viejo continente y han alcanzado objetivos significativos para el país, pero que infortunadamente no han ganado el interés o la reacción de una afición mal acostumbrada que estuvo esperando títulos a granel y, al no llegar dichos éxitos, le dieron la espalda al ciclismo y se refugiaron en las glorias momentáneas que el fútbol o el automovilismo traía consigo.

Es destacable la evolución del pedalismo nacional durante la primera década del nuevo siglo. Este periodo ha traído títulos mundiales y la reivindicación de una sociedad que quiere despertar de aquel guayabo que dejaron los años 80. La intención es volver a hacer parte de la élite mundial, pero esta vez, no para ilusionar, sino para mantenerse.

3.2.1 A la Sombra de los Grandes

Los grandes héroes de los años 80 ya estaban cerca de cerrar su ciclo como deportistas, con varios años encima, ya no cumplían con las capacidades físicas suficientes para alcanzar aquellos logros añorados. Para las competiciones grandes de Europa de 1990 y 1991, se intentaban alargar los éxitos conseguidos durante la década anterior, pero estos eran cada vez más esquivos y ya no llamaban la atención del público.

En 1990, en la Vuelta a España se hicieron presente 3 equipos nacionales. Ryalcao – Postobon, liberado por el antioqueño Oscar de J. Vargas; Pony Malta, por Marco Antonio Carreño y Café de Colombia, que subsistía a su último año como patrocinador del equipo ciclista, por la gran crisis del grano en el momento, e iba de la mano de su histórico técnico, Raúl Mesa y de Luis Herrera, como el pedalista de vanguardia.

Con tres victorias logradas en esta carrera, una por Néstor Mora, otra, por Alberto Camargo y la última por Martín Farfán, triunfo que le sirvió para coronarse campeón de la montaña. Esta clasificación fue una categoría exclusiva para los colombianos quienes también se quedaron con la segunda y tercera posición de esta clasificación, a manos de Álvaro Mejía y Pablo Wilches, respectivamente.

El Tour de France llegó y todas las esperanzas recayeron sobre el equipo Ryalcao – Postobon, dirigido por Raúl Mesa y liderado por el mejor pedalista del momento, el risaraldense Álvaro Mejía; y por los corredores de experiencia como Fabio Parra o Nelson “Cacaíto” Rodríguez que ya hacían parte de las filas del equipo español Kelme. Aquella presentación no generó gran expectativa y solo una fugaz figuración de Luis Herrera en Alpe D’Huez fue lo único que sobresalió.

Por su parte en Colombia, una Vuelta y un Clásico sumidos en el anonimato ven cómo el cundinamarqués, Gustavo Wilches se coronó campeón en los dos eventos. Un año que no trajo grandes logros y que se sumó, una vez más, en las decepciones deportivas que no llenaron las ilusiones de un público que esperaba grandes éxitos que los reanimaran. Esto sería el común denominador para toda la década que se avecinaba.

En 1991, la Vuelta a España solo contó con la presencia de Ryalcao – Postobon, liderado por el experimentado Luis Herrera, quien venía motivado por el título conseguido en la Dauphiné Liberé, y por otro grupo de corredores que hacían parte de escuadras españolas. Es el caso de Fabio Parra que militaba en Seguros Amaya y del joven Oliverio Rincón que hacía parte de las filas de Kelme. Una solitaria etapa ganada por Fabio y los títulos de la montaña y clasificación de novatos a manos de Luis Herrera y Oliverio Rincón, respectivamente, son los objetivos alcanzados.

La escases de triunfos en el Tour es evidente y lo único rescatable es el título de mejor novato de Álvaro Mejía, que tiene una figuración atractiva y esperanzadora dentro de la nueva sangre del ciclismo colombiano. En Colombia, el juvenil Álvaro Sierra ganó la Vuelta y un desconocido Fabio Rodríguez se quedó con el clásico radial. Dos nuevas cartas, que sumadas con Mejía, empezaron a darle forma a una nueva camada que tenía casi la obligación de igualar las proezas de sus antecesores.

Fabio Parra se puso la camiseta de líder de la Vuelta a Colombia de 1992 al ganar la última etapa contrarreloj. Al día siguiente, celebró en Bogotá. Era su última Vuelta y su último triunfo como profesional. Herrera, por su parte, ganó la novena etapa en el Giro de Italia. Ese mismo abril, Lucho ganó la cuarta etapa de la Vuelta a Aragón, en España. De manera increíble, los colombianos se tomaron las primeras 7 casillas del día. Tres días más tarde, la competencia culminó en Zaragoza. También allí, Herrera celebró la última victoria de su carrera. Acto seguido, con un estrellón, ambos hicieron su venía de despedida: Lucho sufrió una caída y abandonó la Vuelta a España y Parra lo hizo en el Tour de France. Sus carreras habían terminado. Un solitario triunfo del fusagasugueño, Julio César Cadena, quien ganó la novena etapa de aquella Vuelta Ibérica. Un experimentado boyacense, Alberto Camargo, se quedó con el Clásico RCN, de ese mismo año.

Llegaban los años más críticos, el retiro de las grandes figuras de la década anterior, la ausencia de triunfos importantes y la financiación de Pilas Varta, Café de Colombia y Manzana Postobon llegaban su fin. Las inversiones económicas no fueron suficientes para mantener a los equipos en Europa y, su gran recaída deportiva, desvió estos dineros a deportes que estaban en gran furor en el momento como el fútbol y su grandiosa Selección Colombia.

Era evidente que el ciclismo colombiano entró a la década de los años 90 en una decaída estrepitosa. El balance resultó ser bastante pobre y sólo tres títulos conquistaron nuestros ciclistas en ese periodo, la Vuelta al Táchira de 1989, 1990 y 1991, a manos de unos corredores neo – profesionales: Luis Moreno, José Vicente Díaz, Ángel Yesid Camargo.

“Después del Tour de Francia de 1988, Colombia aterrizó tras una temporada de 18 meses sin un solo título en carreteras europeas. Ha sido año y medio de irremediables frustraciones desde que Luis Herrera gana la Dauphiné Liberé. Ante los flojos resultados con que llegó la última década del siglo, la amistad entre periodismo y pedalistas se rompió casi por completo. Llegó una guerra de desprestigio a la persona por parte de los medios y esto llevó a que los ciclistas prefirieran mantenerse lejos de cualquier espacio noticioso.”⁶⁷

La disminución en la cobertura de los medios de comunicación sobre temas de ciclismo fue evidente. Los espacios destinados a los corredores y a sus competencias fueron cedidos a otros deportes, especialmente al fútbol nacional, en esos años la Selección Colombia brillaba con la naciente escuadra de Valderrama, Álvarez, Rincón y compañía.

Al estar distanciados, fue evidente una disminución en el cubrimiento de los sucesos ciclísticos, cada vez eran menos los espacios que se dedicaban a informar a la gente sobre los resultados de nuestros corredores y esto llevó a que tendiera a extinguirse de la realidad nacional.

Esto también llevó a la pauta publicitaria a dejar de invertir en los patrocinios y en los programas destinados a comentar este deporte. Con esta ausencia de respaldo económico, programas radiales, secciones y separatas tuvieron que salir abruptamente de las parrillas de programación de los medios.

Por su parte, Postobon y Bavaria, se unieron a la decisión del ya desaparecido Café de Colombia, y terminaron sus proyectos económicos con las escuadras nacionales de ciclismo. Aunque ellos fueron menos radicales que la Federación Nacional de Cafeteros, si hubo austeridad referente a los pactos económicos y esto llevó a que el nivel competitivo decayera notablemente.

Después de un par de años sin grandes resultados en lo deportivo ni en lo económico, se pensaba que los ciclistas estaban al borde del abismo y ante la ausencia de las grandes

⁶⁷ Torres, Aycardo. (2009, 21 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Duitama, Boyacá.

firmas, la estructura ya no iba a asimilar con la misma resistencia una larga temporada de sin excelentes beneficios.

“Era evidente que el ciclismo en los 90 no fue el mismo de años atrás y las estructuras que lo sostenían afrontaron una transformación radical. Pero algo interesante sucedió en el país, ante la crisis y el desprestigio que traía consigo, llegaron nuevas alternativas de patrocinio y otras empresas privadas vieron la oportunidad de ocupar el puesto que habían dejado las rutilantes Bavaria, Postobon y compañía. Se dieron cuenta de que el ciclismo seguía siendo rentable y que esa publicidad podía ser beneficiosa para ambas partes.”⁶⁸

Ya no eran las grandes marcas nacionales con sus proyectos publicitarios ambiciosos que soportaban cualquier necesidad económica y deportiva. Otros negocios de menos talento y menos fama, respaldaron el nuevo proceso ciclístico del país y lograron solventar dentro de sus capacidades las exigencias que requiere sostener un equipo de trabajo. Empresas de tornillos, marcas de pinturas, ferreterías, almacenes, gaseosas regionales y entes gubernamentales fueron los nuevos escuderos de los corredores.

No existían los recursos suficientes para llevar un equipo nacional a Europa, por eso los equipos europeos vinieron a llenar ese espacio dejado por los patrocinadores y es Kelme, la manufacturera de ropa española, que había tenido en sus líneas a Fabio Parra y Oscar de J. Vargas, que venía en busca de colombianos para que corrieran como gregarios de sus líderes españoles. Esta se convirtió la alternativa más viable para que los corredores nacionales pudieran competir en el viejo continente.

En 1993, la gran figura del ciclismo colombiano fue Oliverio Rincón, que ya venía de una serie de logros que lo posicionaban como una de las mejores cartas de presentación. Sus títulos de novato en la Vuelta a España, en la Dauphiné Liberé de 1991 y sus etapas ganadas en la Vuelta a Aragón, dos años más tarde, lo demostraban.

Rincón se convirtió en la figura más sobresaliente de los corredores nacionales en Europa y con el equipo español Seguros Amaya, logró un triunfo en la etapa 16 en las alturas de

⁶⁸ Forero Nogués, Mike. (2010, 18 de marzo), entrevista radial, Programa Astros del Balón, Cadena Todelar, Bogotá.

Lagos de Covadonga, España. En aquella competición, un tímido Gaseosas Glacial intentó mantener un equipo nacional corriendo. Fuera de la etapa, Oliverio alcanzó el cuarto lugar en la tabla general.

En el Tour de France, versión 1993, era la primera vez, desde 1983, que no hay equipos colombianos en la partida, solo algunos corredores hicieron parte de escuadras extranjeras. Es el caso Álvaro Mejía, quien corrió para el Motorola de Estados Unidos; Abelardo Rondón, en el Gatorade de Italia; Nelson “Cacaíto” Rodríguez, en el ZG Mobili de Italia, y Oliverio Rincón, en el Seguros Amaya de España. Todos ellos, con pocas probabilidades de figurar, ya que fueron contratados como gregarios de los europeos.

Por su parte, en Colombia, una inadvertida Vuelta es ganada por el antioqueño Carlos Jaramillo, quien venía de ser campeón en competencias del Valle y Antioquia y alcanzó el título más importante en su carrera deportiva. Por otro lado, el Clásico RCN es ganado por el caldense Luis Alberto González. Dos ciclistas que no se caracterizaron por ser los más ganadores en su momento y dejaron ver la evidente ausencia de los “monstruos” en las carreteras del país.

Sin mayores novedades en el círculo ciclístico en el país, en 1994, los hombres reconocidos de aquellos años seguían arañando títulos pequeños en Europa. Hablamos de Álvaro Mejía quien logró el título de La Ruta del Sol en Andalucía, España; Oliverio Rincón ganó la Classique de los Alpes y así sumó la etapa número 100 ganada por los ciclistas colombianos en tierras europeas. Fueron resultados pequeños dentro de la órbita ciclística, aunque meritorios, no coparon la atención ni la expectativa de la gente.

En el Tour de France de ese año, siete pedalistas hicieron parte del grupo de participantes. La alianza Kelme de España, con la aerolínea más importante de Colombia, Avianca, formaron un equipo con la presencia de corredores de los dos países, equitativamente distribuidos. La victoria del caldense Nelson Rodríguez, conocido como “El Cacaíto”, en la etapa 10 entre Bourg D’Oisans – Val Thorens aquel 20 de julio se convirtió en lo más relevante de esta edición de ronda francesa. Lo mismo ocurrió en la Vuelta Ibérica, en donde Ángel Yesid Camargo ganó la décima etapa entre Igualada y Andorra. Solo estos dos

éxitos fueron conseguidos en las grandes etapas de Europa y que sirvieron para mejorar la estadística del ciclismo nacional.

Mientras los mejores corredores corrían casi en el anonimato en Europa, en Colombia comenzó a figurar uno de los mejores ciclistas de la década. El boyacense José Jaime “El Chepe” González, quien se llevó los títulos de las Vueltas a Colombia en ese año y en 1995, por encima de corredores consolidados en su momento, Álvaro Sierra y Carlos Jaramillo. El clásico RCN es ganado por el juvenil bogotano Julio César Aguirre, quien con esto alcanzaría su primer logro deportivo.

El año de 1995 no trajo grandes novedades, si se habla de los resultados deportivos conseguidos durante este periodo. Para el Tour francés se mantuvo el equipo Kelme – Avianca, que se convirtió prácticamente en el equipo nacional con la presencia de cinco de nuestros siete corredores que allí hicieron presencia. El santandereano Hernán Buenahora sorprendió a muchos al llegar tercero en una de las etapas y ganó la camiseta de combatividad en el Tour. A la postre, se convirtió en el mejor colombiano al ocupar un meritorio décimo lugar en la tabla general de posiciones.

Por su parte, Oliverio Rincón ganó la etapa 14 del Giro de Italia, de la mano de su equipo el ONCE de España en una contrarreloj por equipos. Este resultado lo ubicó quinto en la clasificación general y se convirtió en uno de los mejores resultado en la ronda itálica. Por su parte, Nelson Rodríguez ocupó el segundo lugar en la clasificación de la montaña, detrás del gran escalador italiano Mariano Piccoli.

Como se ha mencionado anteriormente, José González obtuvo su segunda Vuelta a Colombia y el bogotano Raúl Montaña se llevó su primer título deportivo al ganar el Clásico RCN.

Pero en este año, el país se enfrentó a uno de los retos más grandes de su historia ciclística. Fue la sede de los Campeonatos Mundiales por primera vez en su historia. La capital colombiana, Bogotá, fue subsede de las competiciones en pista y su epicentro fue el nuevo velódromo Luis Carlos Galán, que aunque no se terminaron las obras a tiempo, cumplió

con los requisitos mínimos exigidos. Las ciudades de Duitama y Tunja, Departamento de Boyacá, concentraron las pruebas de ruta. “Fue un esfuerzo inmenso del gobierno nacional y de la federación de ciclismo por traer unos campeonatos mundiales que se estaban esperando desde hace muchos años. Faltaron detalles, pero pienso que se cumplió y la gente pudo disfrutar de los mejores ciclistas del mundo en su momento”.⁶⁹

Los españoles, Abraham Olano, con el oro; Miguel Indurain, plata, y el italiano Marco Pantani, bronce, se llevaron los honores en la modalidad de ruta categoría élite. Lo mismo hicieron en la prueba de contrarreloj individual en donde Indurain se llevó el oro, Olano, la plata, y el alemán Uwe Peschel, el bronce. Por su parte, Víctor Ángel Becerra fue el único de los nacionales en alcanzar una medalla, fue la de bronce en la especialidad de ruta amateur (sub 23).

Aunque se cumplió con el compromiso deportivo, los resultados no fueron satisfactorios y dejaron a simple vista la falta de una preparación adecuada para armar un equipo nacional más competitivo. “Era un intento por revivir la afición por el ciclismo y recuperar este deporte en una época de vacas flacas. Pero los resultados no fueron los esperados y dejaron algunas decepciones. El país invirtió más de 10 millones de dólares en la construcción del velódromo Luis Carlos Galán Sarmiento, en el mejoramiento de las carreteras y en la infraestructura hotelera.”⁷⁰

Para 1996, solo 3 corredores colombianos participaron en el Tour de France. José “Chepe” González rescató dicha participación al ganar la etapa 11 entre Gap y Valence. Por su parte, Oliverio Rincón ganó la etapa 17 entre Sabiñanigo y Cerler y Nelson Rodríguez, que lideró por primera vez un equipo italiano en el Giro; la escuadra que nació como fusión del Selle europeo y las gaseosas Glacial de Colombia, otro intento como el Kelme – Avianca por mantener las secuelas de un equipo nacional en Europa.

Aunque el número de corredores fue pequeño, es importante rescatar estos dos logros alcanzados durante este año, por lo menos en las grandes carreras del mundo. Mientras

⁶⁹ Urrego, Héctor. (2009, 10 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

⁷⁰ Rodríguez, Jairo E. (2009, 11 de noviembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

tanto en el ámbito local, un desconocido boyacense, Miguel Sanabria, sorprendió al ganar la Vuelta Colombia y superar a los ciclistas de renombre que corrían en ese momento en el país, como Héctor Iván Palacio y el mismo José González. Mientras tanto, el boyacense Israel Antonio Ochoa, conocido como “El Rápido” logró la primera victoria de su extensa carrera deportiva al adjudicarse el Clásico RCN de aquel año.

Los rezagos del mundial que se realizó en el país un par de años atrás, dejó aspectos beneficiosos para el patrocinio de los ciclistas colombianos. Empresas españolas que ya llevaban varios años llevando corredores a Europa y que habían dejado una grata impresión por su rendimiento deportivo, llaman la atención de otras marcas extranjeras y vuelven la vista a Colombia como un mercado más atractivo para conformar sus equipos.

“Surgieron las alianzas publicitarias entre empresas nacionales y europeas. Es el caso como Kelme - Avianca o Kelme – Telecom llegaron a acuerdos para conformar escuadras entre españoles y colombianos que corrieron en las grandes carreras de Europa. Lo mismo sucedió con Seguros Amaya, el Selle de Italia y hace poco con el Diquigiovanni.”⁷¹

Durante 1997, uno de los años más pobres en resultados deportivos en las carreteras de Europa, aquel Tour de France presentó la cifra más baja de pedalistas colombianos de los últimos 14 años, tan solo Hernán Buenahora y José “Chepe” González, del equipo español Kelme – Kosta Blanca hicieron parte de la partida. En el Giro de Italia, González, ganó la etapa 20, entre Brunico y Passo del Tonale, y logró adjudicarse la camisa de Campeón de la Montaña. Año discreto para los colombianos, pero significativo para el corredor boyacense.

En las competiciones nacionales, un corredor con cierta experiencia en el país, ganó su primera Vuelta a Colombia y empezó a consolidarse como uno de los mejores corredores de final del siglo XX. El boyacense José Joaquín Castelblanco alcanzó su primer “tour” local, de una serie de cuatro que estaban por venir. Por su parte, el Clásico radial (RCN) quedó en manos del bogotano Raúl Montaña.

⁷¹ Ramírez, Juan José. (2009, 2 de diciembre), entrevistado por Vergara, Hernando, Bogotá.

Mientras en Francia se disputaba el Campeonato Mundial de Fútbol, en 1998, el Tour vivía una de sus etapas más críticas en la historia. El equipo Festina es retirado por posesión de estimulantes prohibidos que fueron encontrados en el carro auxiliar del equipo. La escuadra holandés TVM también abandonó el tour por las presiones de la justicia francesa por los problemas del doping. Fuertes amenazas por parte de los ciclistas de retirarse del tour si continúa esa fuerte persecución contra ellos.

Colombia hizo presencia con tres corredores y con un resultado nefasto, por primera vez en 15 años en el Tour de France, todos los ciclistas nacionales abandonaron y no terminaron la carrera. En España solo contó con la presencia de José Castelblanco, en el equipo Avianca – Telecom, e Italia, con tres nacionales, entre ellos el debut del antioqueño Santiago Botero.

En el país no cambiaron las cosas, Castelblanco y Montaña repitieron títulos en cada una de las competiciones logradas el año anterior y se afianzaron como los jefes del pedalismo colombiano. Fueron grandes ciclistas que lamentablemente no alcanzaron a tomar la popularidad suficiente para ser catalogados ídolos ni para llamar la atención de los medios de comunicación que con recelo cumplían la tarea de informar por encima estos sucesos deportivos.

“Pero esta indiferencia no sólo perjudicó al ciclismo colombiano, los periodistas que nos especializamos en este deporte veíamos como nuestros proyectos iban cayendo poco a poco. Por ejemplo, la Revista Mundo Ciclístico bajó en su producción y en la pauta publicitaria, de quince empleados que tenía, terminamos tres. La Hora del Ciclismo se mantuvo como el único programa de ciclismo en la radio y la Revista Deporte Gráfico dedicaba menos espacio a este tema.”⁷²

El último año del siglo fue una de las temporadas más negativas en las grandes carreras europeas. A la escasa presencia de corredores nacionales, se le sumó la ausencia de buenos resultados. Solo el triunfo en la etapa cinco, entre Terme Luigiane y Monte Sirino, y el título de la clasificación de la montaña en manos de “Chepe” González en el Giro de Italia es lo más destacado en 1999.

⁷² Urrego, Héctor. (2009, 10 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

En Colombia, los sorprendentes y poco conocidos Carlos Contreras, caldense, y Jairo Hernández, cundinamarqués, lograron los títulos de la Vuelta a Colombia y el Clásico RCN, respectivamente. Carreras que se caracterizaron durante ese año, por la ausencia de ciclistas de experiencia y de renombre internacional.

3.2.2. Hacia un Nuevo Milenio

Para la primera década del nuevo siglo, el ciclismo colombiano no enfrentaba grandes cambios y la sombra oscura de los años anteriores seguía envolviendo el entorno del pedalismo nacional. A la espera de grandes figuras y de alcanzar títulos internacionales, la afición fijaba su mirada en otros deportes. A pesar del difícil momento, el futuro parecía promisorio y una serie de resultados iban a darle un nuevo aire al ciclismo que estaba por venir.

El primer año del milenio, una nueva figura empezó a surgir por las carreteras europeas. El antioqueño Santiago Botero, del equipo español Kelme – Kosta Blanca, ganó la etapa trece del Tour de France, entre Draguignan y Briançon. Además se coronó campeón en la clasificación de la montaña y ocupó el séptimo lugar en la clasificación general de la carrera. Un protagonismo significativo para el ciclismo colombiano, pues el nuevo aire de Botero, un deportista de contextura europea, llamó la atención a la afición deportiva.

Era el desquite para un ciclista que venía de una suspensión de 6 meses por una acusación de doping durante la Vuelta a Andalucía de 1999. Aunque la Federación Colombiana de Ciclismo creía ciegamente en su inocencia, la presión de la Unión Ciclista Internacional (UCI), obligó a Jorge Tenjo, presidente de Fedeciclismo en aquel entonces, a llevar a cabo la sanción y así evitar una suspensión para el país. “A pesar de las amenazas y las presiones de una UCI que no sabía como manejar el problema del doping, yo creí siempre en la inocencia de Botero. Era uno de esos casos extraños, las entidades que regían el ciclismo mundial no veían con buenos ojos los altos niveles de testosterona de Botero. Él tenía la

capacidad de producir una gran cantidad de estas hormonas en su cuerpo y sin necesidad de ayuda de agentes externos.”⁷³

Los equipos españoles eran la casa de los ciclistas colombianos que corrían en Europa, y así lo hizo ver el Kelme – Kosta Blanca y Seguros Vitalicios. La mayoría de los que llegaban al Viejo Continente, corrían para estas dos escuadras, que venían frecuentemente al país y se llevaban los mejores pedalistas que salían.

El santandereano Félix Cárdenas comenzó a brillar en el medio ciclístico internacional y se llevó la montañosa etapa nueve de la Vuelta a España, entre Sabadell y La Molina. Por su parte, Víctor Hugo Peña, otro santandereano, hizo historia al ganar por primera vez para Colombia, una etapa contrarreloj individual en el Giro de Italia. Mientras que un sorprendente Hernán Buenahora ocupó la sexta casilla en la tabla general de la carrera.

Por otro lado, Fedeciclismo intentó volver a llevar un equipo colombiano a Europa y hace negociaciones con la empresa Selle Italia; la creación de una alianza con Aguardiente Néctar permitió la presencia de cinco corredores más, aparte de los que ya corrían para las escuadras ibéricas.

El año 2000 parecía promisorio y se vislumbraba una década de resurgimiento del ciclismo colombiano. Por lo menos, los resultados durante la temporada grande en Europa fueron alentadores. Fue uno de los pocos años en donde se ganaron etapas en las tres grandes carreras del mundo y en donde se intentó instalar un equipo que corriera por el país. Mientras tanto, en el ámbito local, las figuras escaseaban y entre los que se quedaron en el país, brillaron el antioqueño Héctor Iván Palacio, quién ganó su única Vuelta a Colombia, y el también antioqueño Juan Diego Ramírez, corredor que se adjudicó su primer Clásico RCN.

En el 2001, Santiago Botero se convirtió en el jefe de filas del equipo español Kelme, posición privilegiada para un ciclista colombiano en Europa. Aunque no consiguió éxitos

⁷³ Tenjo, Jorge. (1999, 19 de mayo), entrevistado por Urrego, Héctor., “La Hora del Ciclismo”, en *Antena 2*, Radio Cadena Nacional de Colombia (RCN), Bogotá.

*NOTA: Jorge Tenjo, ex director técnico de los equipos Café de Colombia y Pilas Varta durante la década de los años 80.

en el Tour de France, demostró que era uno de los mejores contra el reloj del mundo. Sus logros en las etapas siete, Torrelavega, y en la veintiuno, Madrid, en la Vuelta a España; su título de campeón en la Clásica de los Puertos y la medalla de bronce, en la misma modalidad, en los Campeonatos Mundiales de Lisboa, Portugal, fueron posicionando al antioqueño como uno de los deportistas de élite en su momento y con un futuro promisorio en la carreteras europeas.

El que si logró figurar en el territorio francés fue Félix Cárdenas al ganar la etapa doce, entre Perpiñán y Ax Les Thermes. Por su parte, un sorprendente Carlos Alberto Contreras, campeón en Colombia en 1999, quien viajó como gregario de su equipo, el Selle – Pacific, ganó la etapa 14 del Giro de Italia, entre Cavalese y Arco, y ocupó un destacado octavo lugar en las posiciones generales. Mientras tanto, el tolimense Freddy Excelino González ganó la clasificación de la montaña.

En Colombia, Juan Diego Ramírez repetía el título en el Clásico radial (RCN) y Hernán Buenahora ganó, por fin, su primera y anhelada Vuelta a Colombia, título que lo consolidó como uno de los mejores ciclistas de los últimos años en el país.

Mientras el país sobreponía la frustración de quedar eliminado de un Mundial de Fútbol, después de 12 años y tres presencias consecutivas, el ciclismo seguía regalando satisfacciones al deporte nacional. Para el año 2002, Santiago Botero conseguía el logro más importante en su carrera deportiva, viajó a los Campeonatos Mundiales en Zolder, Bélgica, y allí ganó el título mundial para Colombia en la modalidad que más conocía, la contrarreloj individual. Superando a estrellas de talla mundial como Lance Armstrong, Igor González de Galdeano, Erick Zabel y Fabián Cancellara, el antioqueño se había convertido en el mejor ciclista de su generación.

A esto, se sumaba el título en la Clásica de los Alpes. Éxito en la etapa 16 de la Vuelta a España, entre Avilés y León. Triunfos en la etapa 9, contrarreloj entre Lanester y Lorient; y en la etapa 15, entre Vaison La Romaine y Les Deux Alpes, victorias que sirvieron para figurar en el Tour de France de aquel año. Un sobresaliente cuarto puesto en la tabla

general individual y tercero en la clasificación de la montaña, demostraron la gran temporada del corredor “paisa”.

La sumatoria de éxitos, parecía darle un nuevo aire al ciclismo colombiano y a su ansiosa afición. Desde ese momento, despertó de nuevo el interés en este deporte y se intentaron reabrir puertas para revitalizarlo. Aun sin un equipo nacional importante, Colombia había tenido tanto éxito como siempre.

En el ámbito local, mientras se festejaban los triunfos de Santiago en Europa, otro gran pedalista se consolidó entre los mejores de la historia ciclística nacional. José Castelblanco consiguió su tercer título en la Vuelta a Colombia y, a su vez, se llevó su primer Clásico RCN.

Las expectativas sobre el desempeño de Botero para el año 2003 crecían cada vez más, y si venía de ser campeón mundial, por qué no podría coronar el anhelado Tour de France para los colombianos. El antioqueño había dejado las filas del Kelme español para asentarse como el líder del Telekom alemán. Su rendimiento fue negativo, al parecer el gran desgaste del año anterior y adaptarse al nuevo entorno le cobraron factura.

Ante la ausencia protagónica del “Santi”, apareció un santandereano “con verraquera”, así lo afirmaba el propio Víctor Hugo Peña. Él se convirtió en el primer colombiano en ser líder del Tour de France, aunque solo fue por tres etapas, le dio al ciclismo colombiano uno de los momentos más esperados en toda su historia. Su equipo, el U.S Postal de Estados Unidos, ganó la contrarreloj por equipos en la etapa cuatro, entre Joinville y Saint Dizier. “Desde el prólogo, Víctor Hugo hizo un buen tiempo y acercó las posibilidades del liderato, ocupando el sexto puesto en la general. En los primeros cinco días mantiene el mismo tiempo hasta la contrarreloj por equipos, y ese día en la rotación, Peña entra primero por estrategia técnica de la escuadra. Peña fue líder en el Tour de France, un hombre de esa entraña popular colombiana que es capaz de torcer el destino a las adversidades.”⁷⁴

⁷⁴ Urrego, Héctor. (2009, 10 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

Por su parte, Félix Cárdenas figuraba en la Vuelta a España, y a manos del equipo ibérico Cafés Baque, ganó la empinada etapa 16, entre Jaén y Sierra Nevada. Con ello, consiguió un meritorio octavo lugar en la tabla general individual y el título de la montaña con un total de 204 puntos. El tolimense Freddy González hizo lo mismo en las empinadas cumbres de Italia, al coronarse también campeón de esta clasificación en el Giro de aquel año.

En el país, la disputa entre dos grandes figuras del pedalismo nacional: José Castelblanco y el boyacense Libardo Niño acapararon toda la atención de la afición ciclista. El primero, repitió el título del Clásico radial (RCN), el segundo, se coronó campeón, por primera vez en su carrera deportiva, de la Vuelta a Colombia.

Luego de los importantes resultados conseguidos en el ámbito internacional, el ciclismo colombiano entró en un periodo de transición; la generación de Santiago Botero, Víctor Hugo Peña, Félix Cárdenas, Freddy González, entre otros, estaban cerrando su exitoso ciclo.

Los siguientes años, se destacaron por la floja y escasa participación de corredores en Europa, sólo algunos éxitos de etapa y la obtención de títulos en carreras medianas. Además, fue un periodo de transición que sirvió para reunir a una camada de deportistas llevarían las banderas de la nueva sangre ciclismo colombiano.

“Los éxitos alcanzados por Peña, Botero y Cárdenas le dieron un nuevo aire al pedalismo nacional, fue un intento de despertarlo de aquella larga noche. El ambiente empezó a cambiar en la afición y en el medio deportivo, nuevas empresas importantes volvieron a invertir en los equipos nacionales y las nuevas tecnologías ofrecieron espacios alternos para volver a posicionar este deporte en los medios.”⁷⁵

Y así era, las empresas de comunicaciones entraron activamente al mercado ciclista y marcas como 05 Orbitel, UNE – EPM y Comcel en su momento, empezaron a hacer parte

⁷⁵ Tobón, César Augusto. (2010, 10 de mayo), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

del lenguaje deportivo en el país. Una inversión que los llevó a conformar las mejores escuadras del país y a darle un nuevo significado a las vueltas nacionales.

Por su parte, los medios de comunicación volvieron a coquetear con el desarrollo del pedalismo y los cubrimientos tuvieron un crecimiento pequeño, pero significativo. Por ejemplo, la Revista Mundo Ciclístico, que venía de estar cerrada un par de años, volvió como un medio digital y hoy en uno de las páginas más vistas en el país, si a información ciclística se refiere.

La creación de espacios autónomos de información a través de la Internet ha permitido el resurgimiento de las páginas dedicadas al pedalismo nacional. Los grandes diarios como El Tiempo y El Espectador abrieron secciones dedicadas solo al ciclismo. Fedeciclismo y las ligas departamentales unen a este servicio y hasta los propios equipos dan a conocer todos sus movimientos a través de este medio.

Además, el crecimiento de los *blogs* se convirtió en una alternativa para comunicar dichos sucesos. Es el caso de escarabajos colombianos, ciclismo colombiano por el mundo, ciclismo colombiano: pasión sobre ruedas, entre otros. “Sin lugar a dudas, la transformación mediática de la Internet abrió las puertas a aquellos que no tenían voz y, aunque tienen que pelear contra los grandes monstruos informativos, le han dado oxígeno a los consumidores y hoy conseguir información sobre el ciclismo es de fácil acceso y muy variada.”⁷⁶

El año 2004, un solitario triunfo de Félix Cárdenas en la etapa 17 de la Vuelta a España, entre Plasencia y La Covatilla, y el título de la clasificación de la montaña con un total de 152 puntos. Libardo Niño le ganó el duelo a José Castelblanco por la corona del mejor pedalista nacional al adjudicarse su segunda Vuelta a Colombia. Por su parte, un Hernán Buenahora salvó su temporada al quedarse con el Clásico RCN.

El año siguiente no cambió mucho la situación, el menor de la dinastía ciclística de la familia Parra, Iván, salvó la excursión en Europa al ganar, por primera vez en la historia del

⁷⁶ Maldonado, Carlos Andrés. (2009, 10 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

país, dos etapas consecutivas en el Giro de Italia. Estas fueron la 13, entre Mezzocorona y Oristeri, y la 14, entre Egna y Livigno. Mientras tanto, el 2005, consolidó a Libardo Niño como el nuevo jerarca en Colombia al obtener los títulos de la Vuelta a Colombia y del Clásico Radial (RCN).

Mientras el mundo se preparaba para otro campeonato mundial de fútbol en el año 2006, evento al que la Selección Colombia tampoco asistió, un solitario joven antioqueño, Luis Felipe Laverde, ganó su primera carrera en tierras europeas. Esta fue la etapa 14 del Giro de Italia entre Aosta y Domodossela, y pare de contar. A nivel nacional, José Castelblanco retomó el liderato y consiguió ser el tercer pedalista en ganar cuatro Vueltas a Colombia. Por su parte, un desconocido Javier González, boyacense obtuvo su primer gran competencia, el Clásico RCN.

Los pobres resultados de los últimos años daban para pensar que lo de Botero, fue solo una aparición fugaz que trajo triunfos momentáneos. De nuevo faltaba un gran corredor que ilusionara las aspiraciones del ciclismo colombiano. Mientras se reflexionaba, una nueva camada de jóvenes y desconocidos corredores salía tempranamente del país silenciosamente.

Estos escaladores empezaron a figurar y un nuevo proceso empezaba a dar sus primeros frutos. El 2007, se podría decir que fue un buen año para los colombianos en Europa, volvieron a ganar etapas en las tres grandes carreras de la temporada ciclística. El boyacense Juan Mauricio Soler se hizo a la etapa 9 en el Tour de France, entre Val D'Iserre y Briancon, triunfo que le alcanzó para coronarse campeón de la montaña con un total de 206 puntos. Por su parte, Leonardo Duque, valluno, ganó la etapa 16 de la Vuelta a España, entre Jaén y Puerto Llano. Y Luis Felipe Laverde repitió en Italia, al adjudicarse la etapa 6, entre Tívoli y Spoleto.

Santiago Botero alcanza uno de sus objetivos más deseados, ganó su primera Vuelta a Colombia. Libardo Niño tuvo un año crítico, a pesar de ganar su segundo Clásico RCN, es sancionado por resultar positivo en la prueba antidoping de los Juegos Panamericanos de Winnipeg, Canadá. La sustancia, EPO (Eritropoyetina), usada continuamente por los

deportistas para acelerar la circulación en la sangre y proporcionar un aumento significativo de glóbulos rojos, síntomas que mejoran el rendimiento corporal. Sufrió una sanción de dos años, periodo que lo mantuvo lejos de las carreteras.

Uno de los sucesos más representativos de la historia reciente del ciclismo colombiano, es la creación de un equipo de nacional con miras a volverse en el representante autóctono de nuestro pedalismo. Una nueva estrategia para atraer el turismo, lleva a la creación de Colombia es Pasión como marca para vender al país en el extranjero y ellos vieron en el deporte una excelente oportunidad para promocionar esta innovadora idea.

A esta naciente escuadra se une Café de Colombia, quien regresa al ciclismo como patrocinador y vuelve a brindar la confianza en la nueva sangre del pedalismo nacional. Con una inversión significativa, la intención es volver a llevar a los “escarabajos” al Tour como equipo y revivir la afición en el país por su deporte nacional.

“Felicitación a la empresa privada y a la Federación de Cafeteros, como también a la Gobernación de Boyacá y a UNE – EPM, que han sido ambiciosos en formar equipos competitivos y estructurados con miras a aspirar a un futuro más promisorio en este deporte. Los procesos y las estrategias han sido ambiciosos y eso lo deben apreciar los ciclistas que tienen esta grandiosa oportunidad.”⁷⁷

Estos dos últimos años, 2008 y 2009, no han los más promisorios para el ciclismo colombiano en Europa. El título del boyacense Cayetano Sarmiento en el Bio Giro o Giro de Italia para juveniles es lo más rescatable. Un juvenil, Giovanni Báez, también boyacense, sorprendió al triunfar en su primera Vuelta a Colombia, superando a figuras consolidadas, pero ya veteranas, como Hernán Buenahora.

Los extranjeros ganan terreno en Colombia y el español Óscar Sevilla logró el primer título en la historia para un ciclista foráneo en el Clásico RCN. Por su parte, el venezolano José Rujano triunfó en la Vuelta a Colombia del 2009, después de que el español José del Moral

⁷⁷ Mesa, Raúl. (2009, 9 de mayo), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

ganó en 1957. En manos del antioqueño Mauricio Ortega quedó la responsabilidad de organizar la casa y se coronó como el último campeón del Clásico Radial (RCN).

Otros resultados para tener en cuenta y, que a su vez, sirven para ilusionar al país con un futuro más promisorio, son los títulos mundiales juveniles (sub 23) conseguidos por el cundinamarqués Fabio Duarte, en Varese, Italia; y el subcampeonato del antioqueño Carlos “Bananito” Betancourt, en Mendrisio, Suiza.

“De las experiencias se ha aprendido y el futuro es promisorio en este deporte, pues hay potencial humano, patrocinadores, afición, cubrimiento por parte de los medios y una formación técnica seria y competitiva por especialistas en este deporte. Además, el país cuenta con más de 100 escuelas de formación y las vueltas juveniles reúnen a muchos deportistas que quieren dedicarse a esta actividad. No es que el ciclismo vaya a desaparecer en Colombia lo que pasa es que el país alcanzó un proceso final de desarrollo que Colombia no soportó.”⁷⁸

Se han tratado de reunir los aspectos más representativos de estos últimos 20 años en la historia del ciclismo nacional. Conscientes de que faltaron detalles y personajes que hicieron parte de toda esta travesía, este trabajo académico intenta rescatar esos “héroes”, que aunque no tuvieron el gran reconocimiento de años anteriores, aportaron en la evolución del deporte nacional y que dejaron su huella para que el ciclismo siga siendo parte de la idiosincrasia colombiana.

⁷⁸ Botero Santiago. (2009, 26 de octubre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

4. ¿POR QUÉ DECAE TANTO LA POPULARIDAD DEL CICLISMO EN COLOMBIA?

Es innegable la caída del ciclismo colombiano durante estas dos últimas décadas, el deporte nacional no se ha podido reponer del excesivo triunfalismo que dejaron las proezas de la década de los años 70 y 80 a manos de los “Cochise”, “Lucho”, Parra, Flórez, entre muchos otros compatriotas.

También es cierto que la cultura del deporte ha tenido grandes transformaciones durante estos últimos años, no todo recae sobre las fallas físicas o administrativas en el manejo de este deporte en el país; también la globalización económica ha dejado sus consecuencias, y en Colombia, una actividad de tradición rural como el ciclismo, ha sufrido con todos estos cambios y estar a la vanguardia del gusto popular ha sido un proceso tedioso y complicado.

Durante el desarrollo de este capítulo, se va a mencionar una serie de causas que han sido maléficas, o por lo menos perjudiciales, para el ciclismo en nuestro país. La intención no es culpar por la gestión realizada durante estos últimos 20 años, se busca reconocer la evolución y algunos errores que han damnificado la cultura deportiva en Colombia.

El abandono de los medios de comunicación, la expansión de la televisión satelital, el narcotráfico, políticas deportivas ortodoxas, la ausencia de grandes figuras en el deporte y un mercado de pases competitivo; se convierten en algunas de las razones por las que el ciclismo de nuestro país está un poco olvidado dentro de la cultura popular. Y más en una nación que carece de procesos de formación serios y consolidados. A la gente no le queda más alternativas que acogerse a lo que está de moda y los éxitos repentinos que llegan a través de generaciones espontáneas.

4.1. El Abandono de los Medios de Comunicación

Todo era alegría e ilusión durante los años ochenta, el sueño de conquistar por fin a Europa estaba cada vez más cerca y los protagonistas listos para hacer sentir el orgullo nacional. Sobre ellos, recayó una figuración excesiva y casi una total responsabilidad por la imagen de toda una nación.

El periodismo era el más firme aliado de nuestros “escarabajos”, los comunicadores se encargaron de mantenerlos vigentes en la realidad nacional y se convirtieron en los protagonistas de una historia que estaba por empezar. Con el pasar de los años, los resultados no lograron satisfacer el hambre de gloria y las primeras diferencias se asomaron sobre el escenario local.

“Durante esos días de euforia del ciclismo, los medios de comunicación hacían todo lo posible por cubrir las competencias nacionales y se podía ver la caravana de carros de la prensa, la radio y la televisión, todos querían cubrir ciclismo. A Europa viajaban delegaciones de periodistas, más de 20 comunicadores cubrían el Tour de Francia o la Vuelta a España, sucedía como cuando la Selección de Fútbol iba al mundial, llevaban hasta modelos a “cubrir” el evento.”⁷⁹

El triunfalismo excesivo y una prepotencia evidente, engeguieron a la afición ciclística del país y se construyó un ideal distorsionado que sobre dimensionó el verdadero nivel de nuestros corredores, no importaba cuáles eran los mejores ciclistas del mundo o contra quién se podría disputar el Tour, solo interesaba alcanzar la gloria con urgencia. “Los escarabajos” iban a recuperar el honor del país por en bicicleta. “El periodismo se dio cuenta por esta época que tal vez habían estado magnificando las capacidades de los colombianos, pero ya era demasiado tarde.”⁸⁰

⁷⁹ Urrego, Héctor. (2009, 10 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

⁸⁰ Pinzón, Juan Carlos. (1993), *De la Plata a París para una reflexión de la socio – comunicación del ciclismo* [trabajo de grado], Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Carrera de Comunicación Social.

*NOTA: Entrevista a Esteban Jaramillo, periodista deportivo de la Cadena TODELAR.

Con el pasar de la década de los 80, la ilusión que había alimentado el periodismo era inmensa y los pocos logros no fueron suficientes para saciar tanta hambre. Los grandes protagonistas se acercaban a su fin y los nuevos ciclistas ya no llamaban la atención de los medios. La acostumbrada prepotencia de los comunicadores no iba a dejar al descubierto su fatídico error y prefirieron caer con todo sobre los ciclistas a quienes achacaron toda la culpa de los fracasos.

Aburguesamiento, irresponsabilidades, excesos y falta de compromiso por la nación, fueron los términos que acuñaron a los pedalistas después de su ciclo por las carreteras de Europa y así, en estas condiciones, tuvieron que afrontar a una afición dolida y dominada por el exceso pasional de los periodistas. “La prensa tuvo mucha culpa porque le prometieron a la gente cosas que nosotros mismos no estábamos seguros de alcanzar. Muchos me felicitaron cuando ganaba en Francia, España e Italia, pero cuando me iba mal me daban muy duro. El colmo es que periodistas especializados en fútbol, basquetbol y hasta boxeo, pusieron en duda mi honestidad.”⁸¹

Con la entrada de los años 90, llegó la despedida de los dos últimos grandes ciclistas de la historia: Luis Herrera y Fabio Parra. Muchas ilusiones de alcanzar un Tour quedaron truncadas y la responsabilidad recayó sobre los jóvenes Álvaro Mejía y Oliverio Rincón, que aunque eran muy buenos ciclistas, ya no llamaban la atención de los medios ni de la afición.

Se veía con gran preocupación el futuro mediático del ciclismo colombiano, los medios ya habían desgastado la idea de vender un pedalismo heroico y además esta ya no era llamativa para la empresa privada. Por otra parte, el fútbol venía ganando un espacio significativo, la gente y las nuevas generaciones, desviaron su atención a los éxitos de la Selección Colombia de Carlos Valderrama y sobre los títulos internacionales de Atlético Nacional en la Copa Libertadores de 1989 y la Copa Interamericana de 1990.

⁸¹ Revista Mundo Ciclístico. (1993, agosto – septiembre), “Entrevista con Luis Herrera”, vol. 154, pág. 18 – 19.

El fútbol acaparaba todo el interés nacional, las clasificaciones a los mundiales de fútbol, el triunfo en Buenos Aires contra la Selección Argentina por un estruendoso 5 – 0 y el cuarto puesto en el ranking de la FIFA, eran motivos y suficiente para ocupar en algo al periodismo deportivo y a la población.

Por su parte, el ciclismo siguió su carrera y naufragaba sobre su propia crisis, seguían llegando algunos triunfos, pero al lado de los conseguidos en el fútbol, no pasaban de ocupar un pequeño espacio en los periódicos nacionales. El balompié colombiano estaba en furor y pasaba por las épocas más gloriosas, de nuevo el país estaba bañado en ilusiones remotas, imaginarios decorados de nuevo por el periodismo deportivo, al parecer era poco lo que se había aprendido.

Estaba claro, ya no era negocio para la televisión transmitir las competencias nacionales e internacionales, la caída vertical en los resultados, que aunque tampoco fueron tan negativos como se cree, ya no podían recuperar ese interés. Eran las secuelas de una expectativa triunfalista que ni los medios, ni los mismos ciclistas supieron manejar. “El patrocinio nunca faltó en el ciclismo, ni en las transmisiones deportivas. Pero la inversión no generaba las ganancias esperadas para los empresarios y prefirieron beneficiarse del momento exitoso del fútbol, pues era el negocio del momento y generaba mayores dividendos. En la publicidad siempre hay que estar del lado del ganador y así poder sacar los mejores provechos.”⁸²

Los cubrimientos ciclísticos decayeron notoriamente durante estos últimos 20 años. En el caso de la prensa, se acabaron las secciones dedicadas solo al ciclismo, antes existían dos o tres páginas que se dedicaban al seguimiento del pedalismo mundial. Ahora todo ha quedado reducido a noticias esporádicas de los grandes triunfos o pequeños bocadillos que informaron algunas contrataciones o sobre el ganador de la etapa, el líder de la prueba y el tiempo de los colombianos durante la carrera.

Por ejemplo, Mundo Ciclístico, fundada y dirigida por el periodista Héctor Urrego, es la revista especializada en el tema y que cuenta con varias décadas de tradición en la afición

⁸² Ramírez, Juan José. (2009, 2 de diciembre), entrevistado por Vergara, Hernando, Bogotá.

del ciclismo. Durante un tiempo contó con más de 20 periodistas en sus oficinas y se publicaba mensualmente. Pero este medio no se salvo de la crisis, pasó a tener tan solo tres comunicadores y en el 2001 dejó de publicarse. Luego de una breve pausa, se contagió de los medios digitales y ahora se publica a través de su página web.

Ni hablar de la radio, los espacios de ciclismo quedaron reducidos a uno solo, La Hora del Ciclismo de la cadena Antena 2 de RCN. “Hemos mantenido este espacio por más de 30 años y nos hemos mantenido vigente porque existe gran audiencia y porque el ciclismo nacional lo necesita. Ya no tenemos competencia en este aspecto, todos quieren hablar de fútbol, pero de ciclismo somos pocos los que aún nos mantenemos vigentes.”⁸³

Un aspecto que es preocupante para la cultura deportiva de nuestro país. Al existir tan pocos programas radiales dedicados a este tema, se reduce la cobertura informativa y la posibilidad de tener varios puntos de vista sobre el análisis de los sucesos. Todas las opiniones y los conceptos se concentran en los protagonistas del único espacio que los medios han posibilitado, en este caso para el ciclismo.

Por el lado de la televisión, es aún más crítico; los canales privados que cuentan con mayores recursos económicos y con los más altos puntos de *rating* a nivel nacional tienen arrinconado los espacios deportivos. Programas de controversia, análisis y discusión están relegados a una pequeña franja y las competencias son tenidas en cuenta dependiendo el grado de importancia, para este caso, es el fútbol, los Juegos Olímpicos y pare de contar.

“Para los canales de televisión ya no es negocio transmitir ciclismo, tenis o basquetbol. Hay que entender y aceptar que estas son empresas privadas manejadas por empresarios que buscan la ganancia económica. Ellos invierten su dinero para sacar beneficio, no para educar o construir cultura, eso queda en discursos.”⁸⁴

Ahora bien, esta función quedó en manos de los canales públicos y regionales. En ellos se pueden ver las transmisiones de otros deportes: la Vuelta a Colombia, la Liga de Basquetbol Nacional, Copa Davis de Tenis hasta los Juegos Nacionales. Estos medios se

⁸³ Urrego, Héctor. (2009, 10 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

⁸⁴ García, José Luis. (2009, 21 de octubre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

han encargado de mostrar, dentro de sus limitaciones, esa otra Colombia deportiva que va más allá del fútbol profesional. Señal Colombia, Canal TRO (Santander), Tele Café (Eje Cafetero), Tele Antioquia y Tele Pacífico han sido los encargados de llevar el ciclismo a la pantalla chica durante estos últimos años. “No es una cosa para lamentarse tampoco, con la privatización de los canales RCN y CARACOL, se entendió que ellos tenían otras prioridades, ahora son canales familiares y dentro de sus propósitos comerciales no está darle mucha prioridad a los eventos deportivos. Pero eso le ha dado la posibilidad a los canales regionales de mostrarse frente al país, de intentarlo. A Señal Colombia lo ha ido convirtiendo en el espacio deportivo de nuestra televisión, ofreciendo una mayor cobertura en este tema.”⁸⁵

El respaldo del Gobierno Nacional, la Comisión de Televisión y la empresa privada, se reanudaron las emisiones de las grandes vueltas ciclísticas en el país. Aunque los recursos no eran los esperados o los suficientes para acceder a productos de calidad, lo importante es que estaban de regreso y que seguían vigentes.

“Hay que reconocer el esfuerzo de Señal Colombia y de los canales regionales que hacen en sus transmisiones ciclísticas, eso cuesta mucho dinero y se requiere de una gran inversión como las hacen en Francia o España. Lo que si es lamentable es la pobreza audiovisual y de producción de las mismas, es cierto que no hay suficiente dinero, pero uno prende el televisor para ver la Vuelta a Colombia y ve la salida y luego la meta. No se ve nada más. Si veo ciclismo es para ver ciclistas, si veo fútbol es para ver acción, no a los periodistas hablando y robándose el show con los políticos y organizadores mientras los verdaderos actores están perdidos pedaleando entre las montañas.”⁸⁶

Es una realidad, las transmisiones dejan mucho que desear y carecen de profesionales en producción audiovisual. Esto afecta al ciclismo y a sus seguidores, pues ante tan pobre transmisión, lo mejor es cambiar el canal del televisor y deleitarse con las posibilidades que otorga los canales internacionales. “Pero esas deficiencias informativas tienen una razón

⁸⁵ Tobón, César Augusto. (2010, 10 de mayo), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

⁸⁶ Urrego, Héctor. (2009, 10 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

que va más allá de la sola producción. La formación de los comunicadores es deficiente y al carecer del bagaje cultural, los resultados se terminan expresando en cada una de las transmisiones.”⁸⁷

Pero la ausencia de cubrimientos deportivos por parte de la televisión nacional, ha dado la posibilidad a que la radio siga siendo el medio ideal para este tipo de funciones informativas. Se presta como una alternativa para ofrecer otro estilo de enterarse y de vivir el deporte. Cabe recordar que la radio ha sido el medio más cercano a la evolución del ciclismo nacional y gracias a él, el pedalismo sigue generando noticias por cada uno de los pueblos o ciudades que atraviesa.

“Los comunicadores sean olvidado de la gran función que cumplen como mensajeros de la información y en darle vida a los hechos que suceden diariamente. De ellos depende, en gran parte, que los momentos existan y tengan vigencia dentro de una sociedad, es construir una agenda que sea más partícipe y balanceada para que todos tengan un espacio de mostrar lo que son.”⁸⁸

4.2. La Llegada de la Televisión Satelital

Es innegable aceptar que uno de los medios de comunicación que más ha evolucionado y ha presentado grandes transformaciones estructurales es la televisión. En estos últimos 20 años se ha podido evidenciar como la “pantalla chica” ha cambiado la cultura consumidora en los canales de información.

El deporte es uno de los que más beneficio ha sacado de estos dones de la televisión, una variedad de canales y de opciones que tiene el consumidor para deleitar su gusto personal. Ahora solo es prender el televisor y buscar ESPN, ESPN 2, ESPN +, FOX SPORT, T Y C

⁸⁷ Mestre, Patricia. (2010, 26 de abril), entrevistado por Vergara, Hernando, Bogotá.

⁸⁸ Palau, Héctor. (2010, 29 de abril), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

SPORT, GOL TV, SPEED, entre muchos otros; en todos los idiomas y todos los formatos para que el fanático a las competencias físicas pueda saciar su gusto.

Esta globalización de la televisión internacional ha sido otro de los factores que ha afectado al ciclismo colombiano, sin lugar a dudas. Antes, cuando los tres canales nacionales acaparaban la atención de toda la población y transmitían las carreras ciclistas, no había más opciones y todos se aferraban a las emociones que los pedalistas llevaban a cabo en cada una de las carreras.

Esto facilitaba la popularidad de este deporte en el país y así mismo podía acaparar la atención de gran parte de la audiencia, esto ampliaba el gusto y la afición por los héroes que salían en la pantalla chica. Con ello, llegaba publicidad, patrocinios y un gran respaldo por parte de la gente, aspectos que eran llamativos para los medios de comunicación. Eran pocas las opciones y esto masificaba las masas en los canales de información disponibles.

Pero con la llegada de los canales internacionales a través del cable o del servicio satelital, la forma de los colombianos de ver televisión cambió de manera sustancial. Eso se evidenció en la plena libertad de los usuarios para organizar su propia parrilla de programación, el público se enfrentaba a otra televisión, más llamativa y de mejor calidad.

Cautivados por las tecnologías audiovisuales, las producciones y los nuevos formatos, este tipo de servicio se fue tomando los hogares del país, su popularidad creció de manera significativa y los alcances económicos para acceder a ella, eran cada vez más alcanzables. Esto puso en aprietos a los medios de comunicación que veían como dura competencia los nuevos canales que tenían obnubilados a los primíparos televidentes nacionales.

“Era difícil volver a atraer el interés a la gente por el ciclismo colombiano, hacerle competencia a un Real Madrid con todas sus estrellas, al Manchester con David Beckham, y a una gama de deportes que satisfacía a los televidentes. Ahora la comercialización del mismo era una materia que las potencias mundiales conocen a cabalidad, mientras nosotros

nos damos el lujo de desechar el ciclismo como expresión deportiva nacional, ellos nos invaden y nos atraen con el beisbol, el basquetbol, el hockey y el fútbol americano.”⁸⁹

El ejemplo anterior es una clara muestra de las grandes diferencias, si de cultura deportiva se trata, ellos tienen una idea clara de cómo promocionar cada uno de los detalles de todos los deportes tradicionales y hacen de estos un producto de explotación económica y de expansión cultural.

Con la llegada de la televisión por cable. Las competencias del Gran Premio de Fórmula 1 en cualquier parte del mundo, en las que Montoya con seguridad siempre sería protagonista, resultaban tan accesibles como cualquier otro espectáculo local, y mucho más atractivo que una competencia de ciclismo en la que, de los 200 participantes, solo 1 o 2 % eran colombianos.

Ante eso, el panorama para el ciclismo colombiano es difícil y ahora la intención no es acaparar el total de la masa, sino de consolidar un espacio dentro de la cultura televisiva colombiana. Ante la presencia de la globalización mediática lo que hay que hacer es unirse a ella y explotar la imagen de nuestro ciclismo de una manera que deje de ser esa práctica de antaño y lograr la consolidación de este deporte como potencia y atraer a las nuevas masas, pero para ello hay que ir acostumbrando a los consumidores a ver ciclismo, así sea en las noticias, pero a tener un contacto más cercano con el desarrollo de esta actividad.

“Ciclismo siempre ha existido y ciclistas nuevos siempre estarán listos para hacer parte del profesionalismo. Creo que por el lado administrativo y competitivo se está realizando de la mejor manera, pero creo que los medios desempeñan un papel esencial en la recuperación del ciclismo. Editores, jefes de secciones, directores de deportes, etc., pueden aportar mucho a la cultura deportiva del país si ellos son responsables y un poco más conscientes de la distribución de los sucesos, pueden ayudar a crear una cultura deportiva más completa.”⁹⁰

⁸⁹ García, José Luis. (2009, 21 de octubre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

⁹⁰ Medina, Baltasar. (2009, 18 de octubre), entrevista por Dussán, César, Bogotá.

Los medios de comunicación deben expandir su parrilla deportiva más allá del fútbol, acá la intención no es desplazar al deporte rey de la popularidad general, al fin y al cabo es lo que más gusta y genera más atracción a las masas, pero si acostumbrar a la gente a ver otros deportes, darle un seguimiento más llamativo para que se promueva el interés de la gente.

La guerrilla no sería tan importante para el país o para la gente si ésta no se muestra todos los días en los medios, si su cubrimiento fuera esporádico, así sería la visión de la población por lo mismo. Así pasa con el ciclismo, si no se muestra no existe, si se le brinda un espacio un poco más generoso, los resultados pueden ser mejores y esta se convertirá en una actividad más apegada a nuestra idiosincrasia cultural.

4.3. Un Mercado Competitivo

Siempre se ha afirmado que desde el día en que Luis Herrera y Fabio Parra anunciaron su retiro oficial del ciclismo profesional, ha existido una ausencia de grandes figuras sobre la bicicleta. Colombia es un país que ha adolecido de un héroe que logró robar la atención de la afición durante estos últimos años, a excepción de Santiago Botero, los nuevos ciclistas han sido de gran nivel, pero aún están lejos de ganar un evento de gran envergadura.

Aunque los corredores que han pasado durante estas dos últimas décadas no han sido rutilantes, eso tampoco significa que los resultados hayan sido nefastos. La década de los años 90 enfrentó una ausencia de figuras, solo algunos nombres lograron sobresalir e intentaron aumentar el historial de éxitos de nuestro ciclismo. Se recuerdan nombres como los de Oliverio Rincón, Álvaro Mejía, José González, Iván Parra, Félix Cárdenas, Hernán Buenahora, José Castelblanco, entre otros; grandes corredores que no alcanzaron el nivel al que el país se había acostumbrado.

“Al acabarse la época de la bonanza en el ciclismo, de los grandes patrocinios y de los equipos nacionales corriendo en Europa, la situación se puso muy complicada para nosotros

los corredores. Los mejores buscaban llamar la atención de los empresarios que venían a observar ciclistas y se los llevaban de una vez a correr en Europa. Acá quedábamos los ciclistas promedio, las figuras se iban.”⁹¹

El ciclismo colombiano había logrado posicionar su nombre en las carreteras del viejo continente, algunos equipos quedaron impresionados con la calidad física de sus deportistas y miraron hacia estas tierras para lograr reforzar sus equipos. Durante la década de los años 90, los conjuntos netamente nacionales dejaron de correr en el exterior, era muy caro viajar al exterior y la situación del país y del deporte no era la más boyante.

Nacieron alianzas entre algunas empresas nacionales como Avianca, Postobon y Gaseosas Glaciar con Kelme y Costa Blanca de España y el Selle de Italia. La situación no daba para respaldar a todo un equipo de ciclismo y además era una forma de revitalizar a nuestros ciclistas en el viejo continente. “Llevar a un equipo colombiano a Europa es muy caro, la situación de las empresas en el país no era la mejor y ante el estigma de la famosa crisis ciclística, los patrocinios no querían poner en riesgo su capital. Eso sí, lograron publicidad en el extranjero y eso ayudó a los que invirtieron en dichas alianzas.”⁹²

Esto dejó a las competencias nacionales, como la Vuelta a Colombia y el Clásico RCN, huérfanos de sus mejores hombres y ante la ausencia de las figuras, la gente prefería ir a los estadios a disfrutar de la prodigiosa generación que traía consigo el fútbol.

En la primera década del siglo, el ciclismo llevaba en sus espaldas el peso de la indiferencia general del país. Sabiendo sobrellevar su propia crisis, siguió enviando ciclistas a Europa y para esos años el número de pedalistas tuvo un crecimiento significativo. Santiago Botero fue uno de los pedalistas partió a España desde temprana edad y no tuvo la posibilidad de correr en competencias nacionales. Solo lo hizo en el ocaso de su carrera y su intención era cerrar con algunos títulos nacionales que faltaban en su haber.

La situación no generaba grandes cambios, los mejores partían al extranjero y los veteranos como Israel Ochoa, Libardo Niño, José Castelblanco, mandaban la parada en las

⁹¹ Ochoa, Israel. (2010, 12 de enero), entrevistado por Dussán, César, Cucaita, Boyacá.

⁹² Torres, Aycardo. (2009, 21 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Duitama, Boyacá.

competencias locales. “La necesidad de ganar dinero en esta actividad y de cumplir el sueño de correr en Europa lo invitaban a uno a firmar sin problemas para cualquier equipo. No importaba pasar de gran figura en Colombia a uno más de los gregarios del líder.”⁹³

Ese es otro flagelo que afectó la popularidad del ciclismo, la afición se acostumbró a ver un atleta glorificado, sacrificado y heroico liderando y representando escuadras propiamente nacionales en el exterior, prevalecía el sentimiento patriótico en cada competencia, eso le dio a este deporte un condimento extra en la cultura nacional. Conformarse a ver a nuestros pedalistas como gregarios de los líderes europeos, relegando su protagonismo por un tercero y resignando cualquier posibilidad de figurar, es un golpe bajo para la moral de un país que busca dignidad patriótica. La afición no toleró esa situación, ver un Tour de Francia o una Vuelta a España en donde los protagonistas son los ciclistas europeos, eso aburría y golpeaba la historia deportiva del pedalismo de Colombia.

Un aspecto que ha levantado el furor ciclístico en el país, sobre todo a sus seguidores, es la aparición de un nuevo grupo de corredores que han logrado triunfos importantes en el ámbito del ciclismo de primer nivel. El título mundial de Fabio Duarte en la categoría sub 23, el sub título de Carlos Betancourt, los éxitos en Francia de Mauricio Soler, de Cayetano Sarmiento o Darwin Atapuma en Portugal, son muestras de que los juveniles están para reivindicarse con el pasado.

“La intención de la Federación de Ciclismo, Coldeportes y el COC, es agrupar esta interesante camada de corredores, que han demostrado buen nivel y están dando resultados significativos, en uno o dos grupos que lideren el desempeño deportivo de nuestro ciclismo. Colombia es Pasión y de nuevo Café de Colombia se quieren convertir en el embajador del ciclismo nacional, la intención de la marca y de la Federación es armar un equipo con esta base y posicionarnos en el ranking clasificatorio de la UCI.”⁹⁴

Esta idea busca consolidar y recuperar el nombre del ciclismo colombiano en el viejo continente, correr por los colores de la bandera tricolor y bajo el mando de nuestros

⁹³ Niño, Libardo. (2010, 12 de enero), entrevista por Vergara, Hernando. Cucaita, Boyacá.

⁹⁴ Medina, Baltasar. (2009, 18 de octubre), entrevista por Dussán, César, Bogotá.

pedalistas, es un intento por recuperar el prestigio y por atraer a la afición. El equipo Colombia es Pasión lleva un par de años corriendo en Europa, son pedalistas que se han preparado en las competencias locales y que ahora intentan figurar en el complicado y cerrado ranking internacional.

4.4. Los Huella que Dejó el Narcotráfico

Como en el fútbol, el ciclismo no fue ajeno a este fenómeno social y, aprovechado por la magia de los años 80, los carteles de la droga vieron en los ídolos de las bicicletas, otro medio para movilizar sus narcóticos. “Los narcotraficantes tenían, sobre el papel, razones más que convincentes para querer reclutar ciclistas. Pasajeros viables y acostumbrados a los aeropuertos, además personas preparadas al castigo físico; transportar cocaína y heroína en los intestinos era una espantosa ordalía.”⁹⁵

A inicio de los años 80, Roberto Escobar, ex ciclista de la década del 60 y hermano de Pablo Escobar, creó una fábrica de bicicletas llamada Ositto, esto en homenaje al sobrenombre que lo hizo famoso en sus épocas de corredor profesional. Con el respaldo familiar, Roberto se animó a patrocinar un equipo nacional de ciclismo y así promocionar la identidad de su naciente empresa.

Al principio todo parecía relativamente normal, en el medio deportivo no se sospechaba de las intenciones de la familia Escobar al ver el ciclismo como negocio. Conformó un equipo competitivo, era una constelación de estrellas en su momento, fue cuando las cosas empezaron a tomar un tinte diferente. “En 1981, el director técnico del equipo de Bicicletas Ositto era Rubén Darío Gómez y el líder del mismo era Manuel Ignacio Gutiérrez, ganador de la Vuelta de la Juventud en 1975, segundo en la Vuelta al Táchira de 1980 y el gran gregario de Rafael Antonio Niño. No de manera directa. Los ciclistas si se preguntaban

⁹⁵ Rendell, Op. cit., p. 204.

cómo era posible que una compañía tan pequeña pudiera mantener un equipo cualquiera, mucho menos uno tan poderoso como el que tenía porque, era un gran equipazo.”⁹⁶

Las cosas en el ciclismo empezaron a cambiar ostensiblemente, un equipo arrollador y llamativo para la afición, todas las figuras de Ositto atraían la atención de la gente. Por su parte, Roberto y Pablo acompañaban, en lujosos vehículos, al equipo en todas las competencias, en el mejor de los casos, en su helicóptero personal. Y la publicidad marcó un hito en el ciclismo nacional, contrataron personas que se disfrazaron de osos y aprovechando las multitudes y, a escondidas de las autoridades, regalaban dosis de drogas psicoactivas. Durante un tiempo las cosas iban a ese ritmo en las competencias nacionales, hasta el punto en que la situación se tornó sospechosa y vergonzosa para la nación y más para la comunidad ciclística.

Luego de las respectivas sanciones y de la expulsión de Bicicletas Ositto como equipo de ciclismo, llegaron otras escuadras de dudoso manejo como Perfumería Yaneth, Joyerías Felipe y Punto Sport Catalina, equipos que se financiaron con el lavado de dólares que provenía de este ilícito negocio.

Aprovechando el gran auge de ciclistas colombianos en el exterior, los carteles de la mafia idearon un nuevo medio para poder camuflar sus embarcaciones de droga. Abusando de la ingenuidad, la necesidad y el desconocimiento de jóvenes ciclistas, equipos enteros lograron traspasar cantidades significativas de droga a Norte, Centro América y Europa. Es el caso de Ricardo Wilches, el menor de la dinastía, quién estuvo en México pagando una larga condena de prisión por tráfico de estupefacientes hacia ese país. O de Gonzalo Marín, ex ciclista que abandonó su carrera deportiva para manejar almacenes de bicicletas, de nombre “Chalito”, y así convertirse en colaborador de los negocios de Pablo Escobar. Marín fue condenado en Estados Unidos y culpado de estafar al narcotraficante, posteriormente fue asesinado en Medellín mientras esperaba la ruta del colegio de su hijo.

Con estos antecedentes macabros empezaba la década de los años 90 en Colombia, una guerra acérrima entre narcos y autoridades y un ciclismo que se veía empañado en el

⁹⁶ Torres, Aycardo. (2009, 21 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Duitama, Boyacá.

extranjero. Aunque en los años siguientes el narco no tuvo tanto contacto con el pedalismo, la violencia si dejó una seguidilla de deportistas muertos que espantó a las nuevas generaciones y manchó su reputación.

El campeón del Tour De L’Avenir de 1980, Alfonso Flórez, fue asesinado el 23 de abril de 1992 por entablar una relación sentimental con la esposa de un amigo que tenía nexos con el narcotráfico. Ricardo “El Pinta” Zea, entrenador reconocido de ciclismo durante los años 60 y 70, fue asesinado luego de ser el administrador de las fincas y de los caballos de Roberto Escobar. La misma suerte corrió, Juan Carlos Castillo, ciclista del equipo Ryalcao – Postobon, quien encontrado muerto en Pereira, mientras conducía su auto. El 30 de abril de 1995, un antiguo corredor del equipo Kelme, José Vicente Díaz, fue asesinado en Tunja; las investigaciones de la policía sugerían una conexión con la droga a pesar de que el crimen nunca se esclareció.

El 22 de noviembre de 1996 se encontró en el apartamento de Carlos Julio Siachoque, drogas y estupefacientes, después apareció su cuerpo sin vida a unas pocas cuerdas del lugar. El 8 de agosto de 1999, Elkin Darío Rincón, un entrenador de ciclistas de Medellín, fue asesinado de un tiro desde un automóvil en marcha, al tiempo que él montaba en bicicleta cerca de la ciudad. Una vez más, se sospechó una conexión con la droga.

Estos y otros misteriosos asesinatos perjudicaron la imagen del ciclismo colombiano y en parte, ayudaron a fomentar la crisis en la que se encontraba sumergido. Las empresas, los patrocinadores, los gobiernos locales, las escuelas de formación y muchos jóvenes ciclistas, prefirieron alejarse del mismo con el propósito de no resultar manchados de este flagelo.

“La imagen del ciclismo colombiano en Europa decayó fuertemente, el narcotráfico y su guerra contra el Estado, los numerosos asesinatos a deportistas y el tráfico de drogas por parte de equipos misteriosos, obligó a la Unión Ciclística Internacional, tomar medidas drásticas y tener un control más estricto sobre los manejos que involucraron el desarrollo del pedalismo en el país.”⁹⁷

⁹⁷ Urrego, Héctor. (2009, 10 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

Y no estaban equivocados los entes institucionales de este deporte, la evidencia de las sospechas de la peligrosa relación ciclismo – narcotráfico, tuvo su etapa más vergonzosa cuando en el 24 de octubre de 1991, un equipo de 10 ciclistas colombianos, que alegaban ser patrocinados por el Banco Nacional Americano de Comercio, aterrizó en Roma. Dos de sus miembros, Mario Antonio León Castro y Oscar Iván Valencia, eran ciclistas de cierto renombre: León había ganado dos etapas en la Vuelta de la Juventud y competido para Café de Colombia ayudándole a Lucho Herrera a ganar la Vuelta a España de 1987. Los demás eran jóvenes y dirigidos por José Alirio Salas, de 52 años.

Mientras esperaban en el aeropuerto para ser llevados al hotel, los rodeó un destacamento armado de policía que los condujo de prisa a un punto de control. Allí se les mostró la cocaína que venía escondida dentro de sus bicicletas. Cinco meses después fueron sentenciados; los ciclistas a seis años y cuatro meses, el entrenador a 14 años. En enero de 1993, León y Valencia fueron transferidos a una prisión de alta seguridad en donde permanecieron hasta el 15 de octubre de ese mismo año. Faltándoles tres años para cumplir su condena, fueron transferidos a una cárcel colombiana.

En 1991, el equipo Postobon viajaba a la Vuelta a Murcia, en España. Examinaron una maleta y encontraron una remesa de cocaína. La maleta era de Juan Carlos Castillo, el asunto desencadenó una trágica serie de acontecimientos. Castillo, de 29 años, fue absuelto en el juicio y viajó a Pereira. Años después, Carlos Ardila Lulle, el dueño de Postobon, le confesó a Santiago Botero en un vuelo a Europa que el escándalo de Castillo lo llevó a retirar su patrocinio del equipo Postobon a finales de 1993.

Así transcurrieron los años 90, para la primera década de 2000, el narcotráfico ya no tenía grandes nexos con el ciclismo y los carteles se olvidaron de usar este deporte como medio para la realización de sus negocios, pues había mucho control sobre los deportistas por parte de las autoridades y ya las bicicletas no eran espacios suficientes para cargar cantidades más significativas.

En estos últimos años, sólo un par de sucesos aislados mancharon el desarrollo del ciclismo colombiano. Oliverio Rincón fue a visitar a sus padres en la ciudad de Duitama, a diez

minutos, cuando fue raptado. La noticia del secuestro se hizo pública, las calles de su ciudad natal y de Bogotá se llenaron de multitudes exigiendo su liberación. Hasta entonces los subversivos de izquierda en Colombia no habían tocado al deporte. La violencia se entrañaba con los humildes héroes de la bicicleta y esto afectó el sentimiento patriótico de la población, lastimar a los hijos del pueblo que salieron adelante con sacrificio y esfuerzo, era tocar las fibras más íntimas de sus afamados seguidores.

Durante cuatro días no se supo nada. Hasta que su esposa recibió una llamada. Oliverio confirmó que era prisionero del frente Adonai Ardila Pinilla de la guerrilla del ELN. Seis días más tarde, sin previo aviso, lo soltaron. Según los informes de prensa, no se pagó rescate. Un comandante del ELN, alias Oswaldo, negó que su organización fuera responsable. A Rincón lo secuestraron el 21 de junio de 2000, un viernes.

Lucho Herrera por entonces se encontraba viajando en el extranjero. Intuyó que este secuestro no era el último que afectaría a la comunidad del ciclismo, prefirió prolongar su viaje. Cuando finalmente regresó a su casa, los hechos le dieron la razón. Herrera fue raptado en la mañana del sábado 4 de marzo de 2001.

Sin embargo, tras 24 horas de cautiverio, Lucho estaba en libertad. A las 8.30 a.m., del domingo 5 de marzo, su hermano Álvaro lo recogió en la vera de la carretera. Fuentes de la policía alegaron que su acción impidió que los criminales salieran de la zona y que eso condujera a la pronta liberación de Herrera. Lucho insistió en que no se pagó rescate. Y, a pesar de que los montes alrededor del pueblo natal de Herrera, Fusagasugá, pertenecen al frente 42 de las FARC, Lucho alega que nunca supo quiénes fueron sus captores ni qué querían.

Estos dos incidentes dejaron un claro mensaje para los ciclistas colombianos, era mejor abandonar el país si se tenía éxito económico, correr para cualquier equipo en Europa, ya sea como el más pequeño de los gregarios, pero tener la tranquilidad de disfrutar sus ingresos con tranquilidad para ellos y sus familias en tierras foráneas. A otros corredores les embargó el temor y tomaron la decisión de retirarse de la actividad deportiva y profesional debido al riesgo que estaban corriendo sus vidas al ser reconocidos y

medianamente exitosos. Esto provocó en el ciclismo de la época una ruptura de los procesos formativos de los corredores y fragmentar forzosamente una generación que estaba en camino.

“Alguna vez, dichos ciclistas cruzaron toda suerte de líneas de demarcación y entraron a zonas prohibidas como fantasmas atravesando paredes y muros de carillo. Ahora la amenaza de la violencia y la extorsión se cernía también sobre ellos, y todo por una guerra contra la droga, una payasada alentada por los efectos sonoros de la cultura política.”⁹⁸

La moraleja que se puede sacar, no es que el ciclismo se convirtió en un medio importante para lavar el dinero de la droga: no, nunca lo fue. Los narcos que entraron al ciclismo lo hicieron porque eran fanáticos del deporte. Era una manera de alardear y de competir unos contra otros. En realidad, fueron muy pocos los ciclistas que entraron a participar en la industria de la droga.

4.5. La Globalización del Ciclismo Bajo las Políticas de la UCI

La UCI es la Unión Ciclista Internacional, es como la FIFA para el fútbol, el ente institucional y administrativo que rige el ciclismo mundial. En ella se amparan todas las normas y reglas que debe llevar a cabo esta actividad dentro de su desarrollo como deporte oficial.

A diferencia de la gran mayoría de los deportes, que intentan expandirse y tecnificar el mismo con la intención de aumentar el número de adeptos por todo el planeta, el ciclismo está rigiendo bajo unas políticas que parecen ir en dirección contraria a lo mencionado anteriormente.

⁹⁸ Rendell, Op.cit., p. 289.

El ciclismo no ha estado ajeno a la nueva ola de la globalización mundial, ha tenido en cuenta algunos mecanismos adoptados en otros deportes con el fin de atraer el interés general. Un ataque para el pedalismo colombiano. A mediados de los años 90, la UCI tomó la determinación de crear un ranking general individual y otros por equipos, esto significa que todos suben o bajan en la clasificación de dicho organismo de acuerdo con el número total de puntos que obtengan sus pedalistas. Y a su vez, los ciclistas acumulan puntos de acuerdo a la posición que ocupen en eventos debidamente clasificados por la UCI. A propósito, la categoría de montaña, aun en los importantes eventos de ruta por etapas, no recibe puntos por parte de la UCI. Segundo ataque para los “escarabajos”.

“Son varios los factores que inciden sobre la categoría que la UCI le otorga a un evento, entre ellos, que dispongan de equipos de foto-finish, la presencia de comisarios de carrera internacionales y la variedad de pruebas anti - doping, caso que además de ridículamente ineficiente, puede llegar a ser muy costosa. En un país en vías de desarrollo tales exámenes no están alcance de los presupuestos y no son fáciles de encontrar ni de implementar.”⁹⁹

En consecuencia, solo cuatro competencias colombianas tienen ranking UCI: la Vuelta a Colombia, el Clásico RCN y los campeonatos nacionales de ruta y contrarreloj. En ningún otro evento del país, los equipos y pedalistas locales pueden mejorar su ubicación en las listas mundiales. La Vuelta a Colombia, con sus 16 etapas, es un evento clasificado como categoría cinco. Consecuentemente, el ganador de cada etapa obtiene cuatro puntos UCI, el líder general de la competencia al final de cada día, dos, el triunfador general recibe 25 puntos. Si Cochise hubiera corrido según las actuales normas, jamás hubiera acumulado el número de puntos UCI necesarios para llamar la atención de un equipo profesional europeo.

“Pero el asunto no es de matemáticas. Lo grave y lo importante es el mensaje que todo esto lleva implícito: ciclistas y equipos que operen más allá de los confines de Europa occidental y los países anglosajones no están invitados a la fiesta. Con tan pocos puntos UCI en juego,

⁹⁹ Medina, Baltasar. (2009, 18 de octubre), entrevista por Dussán, César, Bogotá.

los eventos ciclísticos en Colombia solo pueden parecerle atractivos a un equipo profesional europeo o norteamericano como entrenamiento de altura.”¹⁰⁰

Así las cosas, las posibilidades de los países que no hacen parte del cerrado núcleo ciclístico europeo, hablamos de Colombia, México, Venezuela y Argentina por Suramérica, Ucrania, Kazajstán, Hungría y Polonia, entre otros, del oriente europeo; tienen pocas posibilidades de hacer parte del ciclismo de élite y representar a sus países con equipos nacionales.

La UCI ha demostrado discriminación en el desarrollo de sus políticas, por ejemplo algunos países que son nuevos en este deporte tienen mejores oportunidades que otros de gran tradición y que le han aportado a la historia del ciclismo mundial. Aquellos que gozan de economías prósperas y estables, como Australia y Malasia, o incluso los ricos Estados Unidos y Qatar, ofrecen eventos en los que se brindan alojamiento de lujo, buen clima y atractivos premios para tentar a los equipos extranjeros y a un mercado adinerado, con poder de compra, para tentar a sus patrocinadores. Colombia no ofrece ninguna de estas opciones.

Dado los serios problemas financieros de los dos eventos ciclísticos más prestigiosos del país, las posibilidades de que los eventos regionales menores adquieran estatus UCI son prácticamente nulas. “Sin un cambio en las políticas de la UCI, es muy poco probable que un equipo colombiano, apoyando a un líder colombiano, vuelva a competir en los grandes eventos europeos.”¹⁰¹

Con todo esto, el ciclismo tiene que afrontar diariamente el destino de una nación cuyos atletas más exitosos tienen que alejarse del país debido a la violencia y que se encuentran constantemente seducidos por las posibilidades de generar mejores ingresos económicos en el exterior. Esto pareciera ser el modelo del ciclismo colombiano durante estos últimos 20 años y es el mismo modelo que se ha implantado en el ideal de la juventud, lo que podría ser una mala señal para el futuro deportivo de este país.

¹⁰⁰ Urrego, Héctor. (2009, 10 de diciembre), entrevistado por Dussán, César, Bogotá.

¹⁰¹ Medina, Baltasar. (2009, 18 de octubre), entrevista por Dussán, César, Bogotá.

Una cosa que si es cierta, es que aunque el ciclismo no ocupa el primer lugar en la popularidad nacional o no es la actividad favorita de las nuevas generaciones, siempre está ahí y sigue o seguirá vigente más allá de todos los inconvenientes. “Esos jóvenes que no salen en los medios, que provienen de los campos colombianos, invaden las carreteras en sus bicicletas. Estas dos últimas versiones de las Vueltas a la Juventud, han demostrado una cifra de corredores inscritos muy alta, al punto que ha tocado eliminar a algunos por la gran cantidad.”¹⁰² Esto demuestra que el ciclismo colombiano seguirá siendo el deporte nacional, que es rural, sí, pero que es en donde están puestas las grandes posibilidades de obtener resultados de relevancia mundial.

¹⁰² Ochoa, Israel. (2010, 12 de enero), entrevistado por Dussán, César, Cucaita, Boyacá.

5. CONCLUSIONES

- La historia del ciclismo en estos últimos 20 años estuvo muy ligado con la realidad social y política del país. Se evidenciaron cambios en el comportamiento de la afición frente a los momentos de fracaso y derrota. Demuestra la ausencia de cultura deportiva y la asimilación madura frente a los espectáculos deportivos.
- Los medios de comunicación como empresas, viven del oportunismo y los beneficios que traen los momentos esporádicos del deporte. Se demuestra abandono al cubrimiento de los procesos de formación que están detrás de los éxitos y el seguimiento a las actividades ciclísticas es realmente pobre.
- La historia del ciclismo colombiano y del periodismo deportivo sostienen muchas similitudes frente a los procesos que han afrontado durante su desarrollo en el país. Esto deja ver que los medios explotan los momentos de satisfacción general, pero aún no sabe asimilar ni manejar el control mediático frente a las épocas de frustración.
- Recopilar la historia del ciclismo en estos últimos 20 años resaltó los parámetros socio – culturales que envuelven la práctica de esta actividad deportiva en el país y evidenció la idiosincrasia de la población que está detrás de su industria y promoción.

6. BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- Alcoba, Antonio. El Periodismo Deportivo en la Sociedad Moderna. Editorial Minuesa, Madrid, (1980).
- Baroni, Francesco. La Bicicleta: Mito, Técnica y Pasión. Librería Universitaria, Barcelona, (2008).
- Brohm, Jean Marie. Psicología Política del Deporte. Alfonso Impresiones, Barcelona (1972).
- Brown, J.C. Técnicas de Persuasión. Alianza Editorial, Madrid, (1978).
- Cazorla, Luis María. Deporte y Estado. Labor – Politeia, Madrid, (1979).
- Gil Ochoa, Horacio. Mi Bicicleta, Mi Cámara y Yo. Federación Colombiana de Ciclismo, Medellín (1999).
- Laguillaumie, Pierre. Deporte, Cultura y Represión. Alfonso Impresiones, Barcelona (1972).
- Landa, Mariasun. Una Bicicleta en Huelga. Barcelona, Editorial El Arca, (1995).
- León, Luis A. Mundiales de Ciclismo – Duitama 1995. Federación Colombiana de Ciclismo, Bogotá (1996).
- Lücshen Weis. Sociología del Deporte. Valladolid, Editorial Miñón, (1979).
- Magnane, George. Sociología del Deporte. Península Editores, Barcelona (1966).
- Meynaud, Jean. El Deporte y la Política. Hispano Europea Editores, Barcelona (1972).
- Norbert, Elías. Deporte y Ocio en el Proceso de la Civilización. Fondo de Cultura Económica, México (1992).
- Rendell, Matt. Reyes de las Montañas. Grupo Editorial Norma, Bogotá (2003).
- Rincón, Fabio. Rutas de Gloria. Promotora Latina de Ediciones, Medellín (1984).
- Rosenberg, Bernard. Cultura de Masas y Artes Populares en América. Free Press, Washington, (1957).
- Samper Pizano, Daniel. Balón y Pedal. Fundación Simón y Lula Guberek, Bogotá (1986).
- Vásquez Henríquez, Alexis. Deporte, Política y Comunicación. México D.F., Editorial Trillas, (2002).
- Volke, Gerd. Historia de la Bicicleta. Editorial Blume, Barcelona (1981).

Revistas:

- Diario Deportivo (ediciones desde 1994 hasta 2009).
- Diario El Espectador (ediciones desde 1983 hasta 2000).
- Diario El Siglo (enero 17 de 1988). La Bicicleta en la Historia y la Historia de la Bicicleta. Pág. 3B.
- Diario El Tiempo (ediciones desde 1984 hasta 2009).

- Revista Mundo Ciclístico (ediciones desde 1985 hasta 2001 en medio impreso).
- www.mundociclístico.com (ediciones desde 2002 hasta 2009).
- www.sitiodelciclismo.com.

Tesis:

- Aldana, Edgar Antonio. Periodismo Deportivo en Prensa: Historia, Redacción y Propuesta. Universidad Javeriana, Bogotá, [microfichas] (1984).
- Aristizabal, Luis Fernando. Historia de la Radio Deportiva en Colombia. Universidad Javeriana, Bogotá, [microfichas] (1993).
- Garavito Santamaría, Daniel. Marketing Deportivo en Colombia: los casos colombianos más destacables en el fútbol, baloncesto, ciclismo y automovilismo. Universidad Javeriana, Bogotá, [microfichas] (2000).
- García Tocora, Carlos Mauricio. Ciclismo: La nueva ruta de las comunicaciones. Universidad Javeriana, Bogotá, [microfichas] (1997).
- Matallana Bernal, Jairo. Análisis de cinco diarios colombianos de la XXV Vuelta a Colombia. Universidad Javeriana, Bogotá, [microfichas] (1977).
- Pinzón, Juan Carlos. De la Plata a París: Para una reflexión de la socio – comunicación del ciclismo. Universidad Javeriana, Bogotá, [microfichas] (1993).

Medios Audiovisuales y Radiales:

- Programa de radio “La Hora del Ciclismo” de la cadena Antena Dos de RCN.
- Mora, Octavio. El retiro de Luis Herrera y Fabio Parra. Video (1993).

Entrevistas:

- Alvarado, Fernán. Antropólogo de la Universidad Nacional y especialista en culturas populares y de masas. Entrevista con el autor. Bogotá, 27 de abril de 2010.
- Botero, Santiago. Ciclista Profesional del equipo Orgullo Paisa. Bogotá, 26 de octubre de 2009.
- Cepeda, Rafael. Párroco del municipio de Cucaita, Boyacá. Entrevista con el autor. Cucaita, 12 de enero de 2010.
- Corredor, Iván. Comunicador social y publicista. Publicista de la Empresa Bavaria. Entrevista con el autor. Bogotá, 17 de noviembre de 2009.
- García, José Luis. Productor de RCN TNT 24 Horas. Entrevista con el autor. Bogotá, 21 de octubre de 2009.
- Maldonado, Carlos Andrés. Filósofo y Sociólogo de la Universidad Arboleda. Entrevista con el autor. Bogotá, 10 de diciembre de 2009.

- Medina, Baltasar. Presidente del Comité Olímpico Colombiano. Entrevista con el autor. Bogotá, 18 de octubre de 2009.
- Mesa, Raúl. Técnico de ciclismo del equipo UNE – EMP. Entrevista con el autor. Bogotá, 9 de mayo de 2010.
- Mestre, Patricia. Comunicadora social. Docente universitaria y especialista en comunicación de masas. Entrevista con el autor. Bogotá, 26 de abril de 2010.
- Montenegro, Fabio. Ciclista profesional del equipo Aguardiente Néctar de Cundinamarca. Entrevista con el autor. Bogotá, 23 de diciembre de 2009.
- Niño, Libardo. Ciclista del equipo EBSA de Casanare. Entrevista con el autor. Cucaita, 12 de enero de 2010.
- Niño, Rafael Antonio. Ex ciclista y 7 veces campeón de la Vuelta a Colombia. Entrevista con el autor. Bogotá, 14 de noviembre de 2008.
- Ochoa, Israel. Ciclista Profesional. Entrevista con el autor. Cucaita, 12 de enero de 2010.
- Palau, Héctor. Periodistas de la Cadena Radial RCN, Antena 2. Entrevista con el autor. Bogotá, 29 de abril de 2010.
- Parra, Iván. Ciclista Profesional del equipo Boyacá Orgullo de América. Bogotá, 26 de octubre de 2009.
- Ramírez, Juan José. Periodista de El Tiempo y redactor del Tiempo.com. Entrevista con el autor. Bogotá, 2 de diciembre de 2009.
- Rodríguez, Jairo E., Ex Presidente de la Federación Colombiana de Ciclismo, FEDECICLISMO. Entrevista con el autor. Bogotá 11 de noviembre de 2009.
- Tobón, César Augusto. Periodista y comentarista de ciclismo de Señal Colombia. Entrevista con el autor. Bogotá, 10 de mayo de 2010.
- Torres, Aycardo. Periodista de RCN y corresponsal de ciclismo en el Departamento de Boyacá. Duitama, Boyacá, 21 de diciembre de 2009.
- Sánchez Toro, Edgar. Sociólogo de la Universidad Nacional. Entrevista con el autor. Bogotá, 21 de diciembre de 2010.
- Urrego, Héctor. Periodista de RCN y Director de la Revista Mundo Ciclístico. Entrevista con el autor. Bogotá, 10 de diciembre de 2009.
- Vallejo, Mary Luz. Docente universitaria y experta en historia del periodismo. Entrevista con el autor. Bogotá, 27 de octubre de 2010.