

65) que este tipo de comportamiento está a la orden del día, sin que se aprecien reacciones significativas y eficaces por parte del gran público.

Por otro lado, Suárez Villegas (2009, p. 131) considera que las empresas pueden contratar a los periodistas pero no pueden definir qué es periodismo. Pueden marcar su línea ideológica, bajo la cual orientar sus criterios informativos, pero no pueden inventar las reglas que definen qué es información o cuáles son las exigencias que debe reunir una información para que sea veraz y de interés público. La ética es definidora de la actividad y resulta preciso garantizarla como un derecho del informador.

No es posible que exista imparcialidad cuando dos casos similares son interpretados de forma distinta según quienes sean los implicados, al mismo tiempo que se hace lo que luego se critica a la competencia. Los ejemplos que hemos visto, unido al claro posicionamiento de los medios, que ellos mismos reconocen en ciertos casos, nos llevan a observar una parcialidad manifiesta en la prensa deportiva, a pesar de que Everett E. Dennis, director ejecutivo de The Freedom Forum Media Studies Center, afirme que cree posible, al menos de alguna manera, que la prensa sea imparcial, como señala Alessandri (1995).

Cuando se entra en esta dinámica, donde se desprestigia a los medios de la competencia y se buscan los objetivos que más beneficien a los equipos de la ciudad donde se edita el diario, sucede lo que Rojas Torrijos (2010, p. 323) define como anteponer el comentario a la información:

Esto no sólo confunde y desinforma al público receptor, sino que además origina que el lenguaje resultante tenga una mayor carga emocional y, por consiguiente parcial, con poco espíritu crítico y casi ningún punto de vista alternativo.

Conclusiones

Después de analizar los medios deportivos españoles, mediante el cumplimiento de los códigos deontológicos, podemos afirmar que éstos no respetan estos códigos, como así debería ser. Son incumplidos el art. 1 del Código Deontológico de la Unesco, el art. 3 y

4 del Código Europeo, el art. 3 del Código del Sindicato de Periodistas de Madrid, el art. 7.c del Código Deontológico de la FAPE y el art. 1 y 12 del Código Deontológico del Colegio de Periodistas de Catalunya.

Con los datos expuestos se concluye que la prensa deportiva española es parcial y carece de la credibilidad necesaria para el desempeño de la profesión periodística con rigor, como viene recogido en las disposiciones marcadas en los códigos deontológicos.

Los códigos son normas reguladoras establecidas por las mismas asociaciones de periodistas, con lo cual su incumplimiento es más doloso todavía.

Este comportamiento por parte de los medios vulnera el derecho de la ciudadanía a una información veraz, contrastada y fidedigna. Además, mediante este tipo de prácticas, donde los profesionales reconocen sin ningún tipo de rubor su parcialidad, se profundiza en el descrédito social de la profesión.

Consideramos que es necesaria e imprescindible que, para que el periodismo pueda cumplir con su labor social, este tipo de prácticas deberían ser erradicadas de la misión informativa. Normalmente estas prácticas se llevan a cabo para fidelizar a un determinado tipo de seguidores, aquellos que son aficionados del mismo equipo hacia el que se es parcial por parte del medio, y asegurarse de esta forma el consumo de la información ofrecida. Lo éticamente correcto sería no discriminar, al ser parcial, al resto de aficionados a otros equipos, pero si los medios no consideran importante este factor esencial en la misión informativa, quizás sí, deberían tener en cuenta que les podría ser más rentable fidelizar un espectro más grande de lectores. Además, conseguirían cumplir algo básico como son las pautas éticas que vienen dispuestas en los códigos deontológicos de la profesión.

Somos conscientes de que los medios son empresas económicas y deben obtener réditos económicos para su supervivencia, pero también son empresas informativas y sociales, y deberían actuar con el rigor que le es inherente al periodismo. La credibilidad del profesional ante la sociedad es un valor que tendría que ser innegociable.

Referencias

Aguinaga, E. (1998). ¿Información veraz? *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 4, 123-133.

Alcoba, A. (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Paraninfo.

Alcoba, A. (1999). *La prensa deportiva: tratamiento inédito sobre el género específico del deporte y cómo hacer una publicación deportiva ideal*. Madrid: Universidad Complutense, Instituto Universitario Olímpico de Ciencias del Deporte.

Alessandri, F. (1995). Everett E. Dennis: “La credibilidad es consecuencia de una información verídica”. *Cuadernos de Información*, 10. Recuperado el 14 de mayo de 2013 de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=La+credibilidad+es+consecuencia+de+una+informaci%C3%B3n+ver%C3%ADica&db=1&td=todo>

Almirón Roig, N. (2006). Los valores del periodismo en la convergencia digital: Civic journalism y quinto poder. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61. Recuperado el 14 de abril de 2013 de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.pdf>

Blázquez, N. (2000) *El desafío ético de la información*. Salamanca: San Esteban-Edibesa.

Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas Españoles. Disponible en <http://www.fape.es/codigo-deontologico.htm>

Código Deontológico del Sindicato de Periodistas de Madrid. Disponible en <http://www.xornalistas.com/imxd/noticias/doc/1229539030codigosindimadrid.pdf>

Código Europeo de Deontología del Periodismo. Disponible en <http://www.slideshare.net/julicap/cdigo-europeo-de-deontologa-del-periodismo>.

Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO. Disponible en <http://www.canalaudiovisual.com/ezone/books/sitiolegisla/codigointernacionaletica.html>

Cronkite, W. (1996). *Memorias de un reportero*. Madrid: El País/Aguilar.

Declaració de principis de la professió periodística a Catalunya. Disponible en <http://www.periodistes.org/ca/home/periodisme/codi-deontologic.html>

Freundt-Thurne, U. (2005). Periodismo y visibilidad. El laberinto de la transparencia. *Cuadernos de Información*, nº 18, 12-21.

García, Coca, C y Diezhandino, M.P. (1991). *Periodismo económico*. Madrid: Paraninfo.

Gutiérrez, M. (2005, abril). *Disparar contra los indios*. Disponible en <http://www.lalibretadevangaal.com/disparar-contra-los-indios/html>

Gutiérrez, M. (2010, octubre). *De insólito a justificado*. Disponible en <http://lalibretadevangaal.com/cambios-de-chaqueta-en-tiempo-record/html>

Gutiérrez, M. (2010, octubre) *Hienas y bravucones*. Disponible en <http://www.lalibretadevangaal.com/2010/10/hienas-y-bravucones.html>

Gutiérrez, M. (2010, octubre). *Las ratas*. Disponible en <http://www.lalibretadevangaal.com/2010/10/las-ratas.html>

Gutiérrez, M. (2011, marzo). *Ayatolá Pep*. Disponible en <http://www.lalibretadevangaal.com/Ayatola-Pep.html>

González de Cardedal, O. (1995) Carta a un amigo periodista. En: E. BONETE PERALES (Coord.), *Éticas de la información y deontologías del periodismo* (pp. 330-345). Madrid: Tecnos.

Gronemeyer, M.E. (1999). ¿Quién cree a los periodistas? *Cuadernos de Información*, nº 13, 44-48.

GRONEMEYER, M.E. (1999). ¿Quién cree a los periodistas? *Cuadernos de Información*, nº 13, 44-48.

Jareño Alarcón, J. (2009). *Ética y periodismo*. Bilbao: Desclée de Brouwer.

Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid: El País.

Lecaros, M.J. (1989). *Ética periodística*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica, Escuela de Periodismo.

López Hidalgo, A. y Fernández Barrero, A. (2008). Información y rectificación. El problema de la diligencia y el derecho de rectificación desde el punto de vista de los periodistas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 14, 469-482.

Mahugo, S. (2010, agosto-octubre). Reinventar el periodismo: Medios necesariamente más participativos para una sociedad democrática. *Razón y Palabra*, 73. Recuperado el 25 de noviembre de 2012 de <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/MonotematicoN73/13-M73Mahugo.pdf>

Martínez Albertos, J.L. (1997). *El ocaso del periodismo*. Barcelona: CIMS.

Mascaró, Ll. (2011, marzo). *El fútbol en blanco...y en blaugrana*. Disponible en http://www.sport.es/La_ventana/indiscreta/fútbol/e/blanco/y/en/blaugrana.mht

Moratalla, A.D. (1995). Ética hermenéutica y ética de la información. En: E. BONETE PERALES (Coord.), *Éticas de la información y deontologías del periodismo* (pp. 111-133). Madrid: Tecnos.

Mundo Deportivo (2010, noviembre). Disponible en <http://www.mundodeportivo.es>

Mundo Deportivo (2010, octubre). Disponible en <http://www.mundodeportivo.es>

Mundo Deportivo, 21 de febrero de 2011. Edición de Cataluña.

Mundo Deportivo, 21 de febrero de 2011. Edición de Vizcaya.

Mundo Deportivo, 3 de marzo de 2011. Edición nacional.

Rodríguez Wangüemert, C. (2005). Las crónicas: Algunas ideas sobre la credibilidad en el periodismo interpretativo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 11, 167-180.

Rojas Torrijos, J.L. (2010). *Bases para la formulación de un libro de estilo de última generación. Construcción de un modelo teórico válido para los medios deportivos escritos y digitales en lengua española*. Tesis doctoral (inéd). Universidad de Sevilla.

Santander Molina, P. (2005). La credibilidad del periodismo al servicio de una nueva colonización: El mundo realginario. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 11, 181-92.

Suárez Villegas, J.C. (2009). La crisis de identidad del periodista y la ética profesional. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 15, 119-134.

Valera, J. (2006). El fin de la era de la prensa. *Cuadernos de Periodistas*, nº 8, 17-50.

¡Yo no tengo miedo al Real Madrid de Florentino!, tu grupo en Facebook. Disponible en http://www.mundodeportivo.com/ntt/20090706/noticia_53738998173.html

¹ Doctor en Periodismo (2013) por la Universidad de Murcia, España. Es Diplomado en Relaciones Laborales (2006), Licenciado en Periodismo (2009) y Máster Universitario en Estudios Avanzados en Comunicación (2009) por la Universidad de Murcia. Trabajó como redactor en el diario *El Faro de Murcia* y actualmente colabora como articulista en la revista *Fototurismo.org Magazine Mensual*. Correo electrónico: javier.gmezbueno@gmail.com.

² Aguinaga, E. (1998). ¿Información veraz? *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 4, 123-133.

³ Gutiérrez, M. (2005, abril). *Disparar contra los indios*. Disponible en <http://www.lalibretadevangaal.com/disparar-contra-los-indios/html>

⁴ Almirón Roig (2006), por su parte, asegura que el verdadero problema del periodismo es la pérdida de credibilidad debido a la mercantilización.

⁵ Mundo Deportivo (2010, octubre). Disponible en <http://www.mundodeportivo.es>

⁶ Mundo Deportivo (2010, noviembre). Disponible en <http://www.mundodeportivo.es>

⁷ Sin embargo esto no es apreciable en la prensa deportiva actual, máxime cuando un diario, como Sport, tiene un programa de radio que se llama *Ona Sport* en la emisora *Ona FM* y la publicitan en su web como la tertulia “más barcelonista”.

⁸ Gutiérrez, M. (2010, octubre). *Las ratas*. Disponible en <http://www.lalibretadevangaal.com/2010/10/las-ratas.html> [Fecha de consulta: 21 de marzo de 2013].