

La mezcla de géneros periodísticos en la prensa deportiva escrita de Cataluña

The mixture of journalistic genres in sports newspapers in Catalonia

Javier Gómez Bueno (España).1

Universidad de Murcia

javier.gmezbueno@gmail.com.

Resumen

Esta investigación pretende dilucidar el carácter ético de los medios de comunicación escritos deportivos de Cataluña en relación con la correcta distinción de géneros periodísticos, como así exigen los códigos deontológicos de la profesión comunicativa. Hemos realizado un análisis ético mediante el estudio de algunos ejemplos de los medios más representativos de la prensa deportiva escrita catalana: Sport y Mundo Deportivo. Para ello hemos empleado los códigos deontológicos que afectaban a estos medios: el Código Europeo de Deontología del Periodismo, la Declaración de Principios de la Profesió Periodística a Catalunya y el Código Deontológico de la FAPE (Federación de Asociaciones de Periodistas Españoles). Después del análisis hemos podido comprobar que estos medios no cumplen los códigos deontológicos de la profesión, lo cual menoscaba el rigor informativo de estos medios y la credibilidad de la sociedad en ellos.

Palabras clave: Periodismo deportivo, ética, medios de Cataluña, mezcla de géneros, códigos deontológicos

Abstract

This research seeks to clarify the ethical character of the media sports Catalonia writings concerning the proper distinction of journalistic genres, as well require ethical codes of the profession communicative. We conducted an ethical analysis by studying some examples of the most representative of the Catalan sports media written: Sport and Mundo Deportivo. So we've used the codes of conduct affecting the media: the European Code of Ethics of Journalism, the Declaration of Principles of the journalistic profession of Catalonia and the Code of Ethics of FAPE (Journalists Federation of Spanish). After analysis we have found that these media do not meet the codes of ethics of the profession, which impairs the accuracy of information of these media and credibility of the company on them.

Keywords: Sports journalism, ethics, mass media Catalonia, mix of genres, codes of ethics

Introducción

Hemos observado en los medios de comunicación deportivos que, debido a su carácter lúdico y emotivo y al empleo de la relativamente nueva técnica del infoentretenimiento, no existe una clara separación entre los distintos géneros periodísticos, tal y como exigen los códigos deontológicos de la profesión.

Con la mezcla de estos géneros se dificulta la interpretación de los lectores sobre la información recibida. Se encuentran perdidos cuando en los formatos informativos se mezcla la información con la opinión. La pasión de los hechos narrados, la inmediatez de la transmisión de la información y el empleo del *infotainment* anglosajón conlleva la mezcla de información e opinión. Podemos apreciar que el uso del *infotainment* hace que en este tipo de prensa especializada cobre más valor la anécdota, la extravagancia, la vida privada de los actores del deporte y las diferencias entre ellos que el esfuerzo de éstos, la propia competición y los valores educativos del deporte.

Emil Dovifat (1959) estableció la clasificación general de géneros en el ámbito periodístico, donde tendrían cabida todos los subgéneros y géneros híbridos. Los clasificó en tres grandes grupos: el estilo informativo², el estilo de sollicitación de opinión y el estilo ameno, según Martínez Albertos (1983: 49 y ss.) y Paniagua Santamaría (2002: 67 y ss.). Estos tres grandes géneros son los que se encuentran en labor informativa diaria de profesionales, si bien, como indican los códigos estos deben estar diferenciados con la misión de no confundir a los lectores.

Históricamente los medios de comunicación han pasado por tres etapas distintas, como afirman Aguado Terrón y Martínez Rodríguez (2005, pp. 120-121.).

- Periodismo ideológico: Desde 1850 hasta 1920. Es un periodismo moralizador y doctrinal, al servicio de las ideas políticas o religiosas, donde se consolida el género de opinión.
- Periodismo informativo: Desde 1920 hasta 1960. Basado fundamentalmente en la narración de hechos, con predominio del relato objetivo.
- Periodismo interpretativo: Desde 1960 hasta la actualidad, donde aparece un nuevo carácter, la profundidad y se busca contextualizar los hechos, pero sin llegar a formular juicios valorativos.

Por ello, en esta investigación pretendemos dilucidar, a través de una serie de ejemplos de la prensa escrita de Cataluña y estableciendo un marco teórico con los estudios y opiniones de reputados investigadores, si ésta cumple con el parámetro ético de la distinción entre los distintos géneros periodísticos, como se encuentra recogido en los códigos deontológicos. Estos códigos deontológicos son normas éticas establecidas por las propias asociaciones de periodistas. Los códigos empleados en esta investigación, y que por su importancia y ámbito afectaban a los medios catalanes, fueron: el Código Europeo de Deontología del Periodismo, la Declaración de Principios de

la Profesió Periodística a Catalunya y el Código Deontológico de la FAPE (Federación de Asociaciones de Periodistas Españoles).

Análisis ético de la mezcla de géneros a través de los códigos deontológicos de la profesión periodística.

Siguiendo la distinción de géneros periodísticos presentes en las recomendaciones de los códigos éticos, podemos apreciar la afirmación de Gomis (2001, pp. 38-39), en la que asegura que la realidad interpretada debe llegar al público a través de una gama de filtros y formas convencionales (géneros periodísticos), que le permitan entenderla mejor.

Para Kovach y Rosenstiel (2003, p. 137) la prensa cambió las lealtades hacia una facción por la búsqueda del compromiso social cuando los artículos editoriales y de opinión que aparecían mezclados con la información, constituyendo, en ocasiones, la noticia principal de la primera página, empezaron a publicarse en páginas separadas o bien identificadas. Para estos autores fue en ese punto cuando se conformó la mayor parte de la ética periodística.

Sin embargo, a pesar de las recomendaciones de los investigadores y de los propios códigos deontológicos, en el periodismo deportivo, de naturaleza interpretativa por tener que narrar hechos relacionados con el deporte que pueden ser ambiguos, es fácil apreciar que se traspasa la línea interpretativa para llegar a la opinión en textos que son informativos y clasificados como tales. La siguiente noticia, de la web de *Mundo Deportivo* del 2 de octubre de 2010, firmada por Eduardo Palacios, es aclaradora³:

FLORENTINO PÉREZ, ARREPENTIDO

El excelente arranque de temporada de Zlatan Ibrahimovic y, sobre todo, de Samuel Eto'o (ambos suman 16 goles oficiales en total), no sólo se sigue con atención por el barcelonismo, sino también por el Madrid, en concreto por Florentino Pérez. El presidente merengue ya se lamenta por no haber echado el resto este verano para vestir de blanco a Ibra o Eto'o. Y más después de ver la nula efectividad que están demostrando Higuaín y Benzema, los dos 'nueves' del equipo, sin olvidar tampoco los ridículos números⁴ en ataque de Cristiano (sólo un gol oficial esta temporada y de penalti).

Si pudiera, Florentino no dudaría en cambiar ahora a Higuaín y Benzema por Eto'o e Ibra. Tanto el argentino como el gallo no tienen el 'perfil galáctico' ni la pegada de los 'matadores' de Inter y Milán. (...)

Florentino es consciente de que con Eto'o e Ibra no sólo ganaría en lo deportivo (su anhelada décima Copa de Europa no parecería tan lejana) sino también por lo que respecta al marketing, su otra gran obsesión. Con el camerunés y el sueco se estaría frotando las manos con la venta de camisetas, la 'cantinela' a la que siempre recurre para justificar sus descomunales inversiones en megacracks.

Hasta minutos antes de que se cerrara el mercado veraniego de fichajes, José Mourinho, insistió en vano a Florentino para que le trajera a Samuel Eto'o, tras fracasar las opciones de Diego Milito (Inter) y Didier Drogba (Chelsea). La contratación de Eto'o, a quien el propio Pérez repudió en su día, habría supuesto una lluvia de críticas para el presidente y un importante desembolso que éste tampoco estaba dispuesto a realizar (...).

Todas las frases en cursiva son empleadas por el periodista de manera concluyente en la afirmación de que ese es exactamente el pensamiento del presidente del Real Madrid⁵, sin citar si le provienen de algún tipo de fuente. Parece que el periodista está dentro de la mente de Florentino Pérez y conoce todos sus pensamientos. Esta valoración subjetiva es claramente un artículo de opinión que, al no estar catalogado como tal, puede confundir a los lectores que al leerlo crean que Florentino Pérez ha realizado dichas declaraciones.

Esta actitud, además de incumplir el libro de estilo del propio diario (donde censura la posibilidad de mezclar información con opinión), tampoco respeta el art. 3 del Código Europeo de Deontología del Periodismo: *El principio básico de toda consideración ética del periodismo debe partir de la clara diferenciación, evitando toda confusión, entre noticias y opiniones. Las noticias son informaciones de hechos y datos, y las opiniones expresan pensamientos, ideas, creencias o juicios de valor por parte de los medios de comunicación, editores o periodistas*, el art. 1 de la Declaració de Principis de la Professió Periodística a Catalunya: *Observar sempre una clara distinció entre els fets i opinions o interpretacions, evitant tota confusió o distorsió deliberada d'ambdues coses, així com la difusió de conjectures i rumors com si es tractés de fets* y el art. 17 del Código Deontológico de la FAPE: *El periodista establecerá siempre una clara e inequívoca distinción entre los hechos que narra y lo que puedan ser opiniones, interpretaciones o conjeturas, aunque en el ejercicio de su actividad profesional no está obligado a ser neutral*.

Así, Paniagua Santamaría (2002, p. 83), aprecia, a veces, una ambigua relación entre los distintos géneros que hace que éstos puedan llegar a aparecer de manera combinada en un mismo texto.

Sin embargo, Aguinaga asegura que la separación entre información y opinión es una mera simpleza primitiva (1998, p. 126), ya que durante la selección y la valoración de las noticias por parte de los medios se está produciendo una interpretación, además de afirmar que no hay que ser ningún especialista para tener la prueba cotidiana de cómo opina el medio a través de informaciones aparentemente objetivas (2001, p. 251).

Esta última afirmación de este investigador la podemos apreciar en la siguiente noticia de *Mundo Deportivo*, del 15 de marzo de 2011 y del mismo autor:

CRISTIANO RONALDO ES CRISTIMO RONALDO

El Madrid disputa mañana ante el Lyon la vuelta de octavos de final de la Champions, un partido que definirá el futuro de la temporada blanca. Para este trascendental compromiso se prevé el regreso de Cristiano tras dos partidos de baja por lesión. El madridismo exige al luso que marque la diferencia en un duelo crucial, esos en los que las grandes estrellas deben aparecer. Pero los números de CR7 demuestran que en los partidos a cara o cruz, el portugués, pese a su indudable calidad y carácter competitivo, nunca ha sido realmente decisivo con el Real ni con el ManU (...).

En el madridismo sigue candente el debate de si los de Mourinho juegan mejor sin Cristiano, un jugador individualista, sobreexcitado, obsesionado con Messi y peleado con el mundo. En los últimos triunfos ante Racing (1-3) y Hércules (2-0), el equipo no le ha echado de menos. Y eso que este curso suma 37 tantos oficiales, con dobles, tripletes y algún póquer que sólo sirven para abultar sus estadísticas goleadoras en lugar de decidir en las citas de categoría. Lo de CR7, que costó 94 “kilos” al Madrid, empieza a parecer un timo.

Nuevamente, este periodista, vuelve a introducir elementos valorativos propios de un artículo de opinión en un texto clasificado como informativo. Esta actitud también incumple los artículos citados en el anterior ejemplo.

Compartimos la aseveración de Martínez Albertos (1999, p. 26) que dice que la mezcla de los distintos géneros sin respetar el acuerdo tácito con los lectores⁶, ya sea por intereses comerciales o por valoraciones subjetivas, es un peligro de muerte definitivo para el periodismo. El profesor considera que siempre debe existir una distinción tajante entre los mensajes informativos y los mensajes de opinión⁷, aunque exista una nueva sensibilidad creadora que impulse a los comunicadores a actuar de otra forma (1999, p. 33).

Para este autor la interpretación debe estar ubicada en la parte informativa del diario y los comentarios en la sección editorial (1983, p. 220). Es en esta no distinción entre los géneros donde aprecia el peligro (1983, p. 289):

Muchas veces, después de leer detenidamente textos periodísticos que pretenden ofrecer un cuadro interpretativo de la realidad, el receptor del mensaje tiene la sensación de que el periodista ha manipulado deshonestamente los datos de que disponía o que le ha faltado competencia profesional (y humildad intelectual) para escribir un verdadero relato informativo en la línea de esa profundización que exige el periodismo contemporáneo.

En relación con esta afirmación de Martínez Albertos exponemos el siguiente caso. El 8 de febrero de 2011, en la web del diario Sport, en un texto catalogado como noticia y no como opinión, se interpretó lo siguiente en base a unas declaraciones de José Mourinho, entrenador del Real Madrid:

¡SE QUIEREN CARGAR A MESSI!

El madridismo no afloja. Sigue su estrategia de acoso y derribo. Todo vale para desestabilizar a un FC Barcelona sólido, efectivo y brillante que es la admiración del mundo futbolístico salvo en la Corte.

Los éxitos del conjunto catalán empiezan a molestar en Madrid y desde allí ya no se duda en pasar a la acción. A la acción contundente. Han dejado de lado los fuegos de artificio para pasar a la artillería pesada. Peligro. Mucho peligro tenían, por ejemplo, las declaraciones de José Mourinho tras el Madrid-Real Sociedad del pasado domingo. Alguien debería mover ficha para que no suceda algo de lo que nos podamos arrepentir.

Dijo el portugués, en clara alusión al barcelonista Leo Messi que “hay otros adversarios a los que se les tiene miedo a meter el pie. Cristiano Ronaldo no tiene el privilegio de otros. Mide 1,85, es una bestia y tiene buen cuerpo para que le peguen y ¡zas, zas! Es lo que piensan los adversarios. Y siguen, y siguen...”.

Unas manifestaciones que pueden llevar cola y sobre las que la Comisión Antiviolenca debería intervenir para que ningún rival del F.C. Barcelona se las tome al pie de la letra.

Pero Mourinho, además de esta temeraria afirmación, ha quedado en evidencia. No es verdad que al argentino se le considere de forma distinta a otros jugadores sobre los terrenos de juego. No tiene trato de favor ninguno. También recibe. También rueda por los suelos con más asiduidad de la que quisiera. Le han hecho 32 faltas en Liga (a un promedio de 1,6 por duelo). A la estrella del Real Madrid, que ha jugado tres partidos más, 58 (2,6 por partido). Sólo una falta más de media8...

Por otra parte, si a Messi le hacen menos faltas se debe, obviamente, a la habilidad que tiene el jugador para irse de los rivales. Es un jugador imprevisible, con un cambio de velocidad endiablado. No es tan fácil derribar al argentino. Y prueba de ello es que sólo en una ocasión fue ‘cazado’ de cierta gravedad (en el Atlético de Madrid –Barça de liga).

Y, por si fuera poco, en Madrid no saben que todas estas declaraciones no hacen otra cosa que estimular al ‘10’ del FC Barcelona. Lejos de generar miedo en Messi, las ‘máximas’ de Mourinho, especialmente, son las que motivan al argentino, que ya ha intentado ‘dinamitarle’ en varias ocasiones y, en todas, el efecto que ha encontrado el entrenador del Real Madrid ha sido justamente el contrario del que buscaba... Debería tenerlo en cuenta el mejor entrenador de 2010.

Y prueba de que Messi está más revolucionado que nunca son los números que está amasando esta temporada: 40 goles en todas las competiciones. Está sólo a 7 del récord que alcanzó la pasada temporada, cuando anotó 47. Obvia decir que, con lo que falta de campaña, Messi superará la cifra del curso 2009-2010.

Envidia No sólo rabia e impotencia desata la figura de Messi en Madrid. También envidia, tirria, celos, rencor... De otra manera no se entiende que alguien como

Jorge Valdano, director general del Real Madrid además de ex futbolista, campeón del mundo en México'86 y compatriota del barcelonista, saliera el paso la noche del domingo asegurando que Cristiano Ronaldo es el Alfredo Di Stefano de este siglo.

Esta afirmación había salido la noche del sábado de boca de Quique Sánchez Flores, entrenador del Atlético de Madrid, y se la dedicó a Messi: "Es el Di Stefano del siglo XXI", dijo, por haber batido el Barça con un 'hat trick' de la 'Pulga' el récord de partidos ganados de forma consecutiva del Madrid el curso 1960-1961.

No estuvo a la altura del cargo ni de su saber futbolístico Valdano, que defendió el 'plagio' al técnico colchonero agregando que "Cristiano usa la misma camiseta que Di Stefano y es un jugador que hará época en este club". Poca imaginación, muy poca, para salir en defensa de un jugador que, en 2010, no estuvo entre los tres mejores del mundo.

Se deduce de todas estas maniobras que los éxitos del Barça, exitazos (ocho títulos con Pep en el banquillo de diez posibles), escuecen, mortifican e irritan en Madrid. Y como en el campo no cambian el guión se aventuran en otras vías. Peligro.

El texto, casi íntegramente, es claramente un artículo de opinión (mírese las frases en cursiva) que ha sido camuflado como noticia interpretada⁹. El medio opina y trata de influir en los lectores, pero lo disimula concediéndole al texto el espacio destinado a los mensajes informativos. Al traspasar la diferencia establecida entre los géneros informativos y opinativos se vuelven a incumplir los artículos deontológicos citados con anterioridad.

Además, ese mismo día la portada del diario rezaba así:

"Van a por Messi".

"Campana para desestabilizar al nº 1"

Incluso se publica, con el objeto de avalar la teoría conspirativa hacia el jugador barcelonista, también el mismo día en la web del diario, otra "noticia", en el espacio reservado a los mensajes informativos, de los mismos redactores con el siguiente titular:

"CRISTIANO RONALDO ESTÁ OBSESIONADO CON LEO"

El antetítulo y subtítulo rezan:

"El arte de Messi está a años luz del portugués"

"La impotencia frente al talento del argentino le está desquiciando"

El cuerpo de texto reza:

Cristiano Ronaldo disimula muy mal. Insiste en que no siente envidia ni celos del juego de Leo Messi, pero nadie se cree sus palabras, puesto que su actitud es más

transparente que su discurso. Llegó al Madrid para convertirse en el mejor jugador del mundo, pero no contaba con que esa plaza ya estaba reservada a un jugador que le da mil vueltas tanto sobre el césped como a nivel humano.

El domingo, el portugués mostró una vez más que no soportaba la idea de que Leo estuviera por delante en la clasificación de goleadores de la Liga, después de un nuevo 'hat trick' del argentino al Atlético. Cristiano marcó por partida doble a la Real Sociedad y volvió a colocarse uno por encima, pero ni siquiera eso le ha servido para mejorar su imagen mediática, un apartado en el que la 'Pulga' azulgrana también está por delante (...).

También se obceca intentando convencer a todos que no le importa haber quedado desbancado en la lucha por el mejor jugador del mundo. Asegura que no le importa la batalla por el Balón de Oro puesto que él lo que quiere es ganar la Liga. Pero su falta de memoria hace que él mismo se contradiga a menudo diciendo por ejemplo que "quiero ser el mejor de todos los tiempos", una frase que ejemplifica a la perfección su inmenso ego.

Cristiano debería aprender a escucharse cuando habla para no entrar en tales contradicciones y no estaría de más asistir a clases de arte dramático para perfeccionar el papel que intenta representar y que nadie se cree ni por casualidad.

Nuevamente, vuelven a incurrir en los mismos errores, guiados, quizás, por la ideología del medio (declarado barcelonista) con el objeto de defender a los jugadores de un equipo determinado, descalificando a otro jugador del equipo rival (solamente con valoraciones subjetivas) e incumpliendo los códigos deontológicos en los anteriores artículos mencionados.

Martínez Albertos advierte que esta práctica se ha extendido, sobre todo en la televisión, donde se disfrazan las opiniones editoriales como si fueran noticias o reportajes interpretativos, borrando la diferencia entre hecho y opinión (1983, p. 429).

Antonio Alcoba se pregunta cómo es posible que cada vez haya menos espacio dedicado a la opinión en la prensa deportiva (1999, p. 92)¹⁰. Paniagua Santamaría (2002, pp. 68-69), también es consciente de la reducción de espacios de opinión en esta prensa especializada, aunque advierte de la dificultad de encontrar un género puro en las páginas de estos diarios. Si atendemos a lo expuesto por Martínez Albertos sobre la distinción de géneros, podemos dilucidar que, si bien es cierto que se han reducido los espacios de opinión en la prensa deportiva, en realidad han aumentado las opiniones, pues los comentarios están camuflados en espacios que anteriormente estaban reservados a la información y a la interpretación. Todo ello sin observar los principios deontológicos sobre la separación de géneros.

Rojas Torrijos destaca la permanente mezcla de opinión e información en el periodismo deportivo (2010, pp. 323), mientras que Paniagua Santamaría (2002, pp. 73)

considera que la división de géneros no se puede convertir en una norma rígida que ahogue cualquier brote de originalidad o de estilo propio. Aunque advierte que sin un estudio de las características del género el receptor del texto no sabría a qué atenerse.

Efectivamente, estamos de acuerdo con Paniagua Santamaría en que la narración periodística no se puede encorsetar, de hecho los géneros híbridos aportan una gran riqueza lingüística al relato¹¹ y consideramos que la interpretación potencia la capacidad de asimilación de la realidad por parte de los destinatarios, cumpliendo el informador, por tanto, una importante función social. Pero lo que reprobamos, al igual que Martínez Albertos, es la mezcla de opinión en los formatos informativos que condenan los códigos deontológicos y que pueden intoxicar la información si el receptor, como indican algunos autores, no es capaz de desligar la una de la otra¹².

Así son numerosos los autores que aprecian que esta mezcla se produce cada vez con más frecuencia. Adela Cortina (2004, p. 20) asegura que los medios han de proporcionar informaciones contrastadas, opiniones racionalmente fundadas, interpretaciones plausibles, dejando lo más claro posible si se trata de información, opinión o interpretación, confirma Jareño (2009, p.112). Mientras, Martínez Hernando (1990, p. 145) expone de la siguiente manera el quehacer periodístico:

Tampoco puede ser un permanente canto lírico en el que los periodistas cuenten su vida, hagan sus constantes guiños y, vengan o no a cuento, manifiesten su opinión sobre cuanto ocurre. Es decir, mezclen sus opiniones personales con la narración de los hechos, con lo que su obligado *contar* se convierte en un desentonado *cantar*. O aunque fuera entonado...Es igualmente claro que el texto periodístico no puede ser un descarado empujón al receptor, un imán irresistible para condicionarlo, para obligarle a una posición determinada, lo que confundiría lo informativo con lo publicitario o lo propagandístico. Si alguna preeminencia de funciones ha de haber en el lenguaje periodístico, ésta sería a favor de la *simbólica*, aunque sin desequilibrar el resultado.

Esta aseveración del profesor Hernando se refleja en el siguiente texto, también en formato informativo, del mismo día que los anteriores y sobre las mismas declaraciones y supuestas campañas, pero en el otro diario catalán, *Mundo Deportivo*:

SÍNDROME MESSI EN EL REAL MADRID

José Mourinho ha abierto un nuevo frente de polémica. El técnico portugués, que vive en un estado de guerra permanente y obsesionado con el Barça, aseguró en la rueda de prensa posterior a la goleada ante la Real que a su protegido Cristiano Ronaldo le pegan más patadas que a Leo Messi. Con esta nueva provocación, en la que no citó el nombre del argentino, el técnico luso pone en el 'blanco' al astro del Camp Nou. ¿Qué pasará si el '10' cae lesionado? Mou no digiere los elogios que Leo acapara a nivel mundial.

El entrenador portugués volvió a sacar la cara por su "hijo" deportivo. Se quejó de la dureza con la que se emplean las defensas rivales con CR7 y no con Messi. "(Cristiano) juega siempre al tope de sus posibilidades, da todo por el equipo. Además, contra él no es como con otro (Messi), ante el que los adversarios se desvían, tienen miedo de meter el pie y no le toca nadie. A él (Cristiano) le pegan, pero tiene buen cuerpo y es fuerte para aguantar y seguir", aseguró Mourinho a la prensa.

La realidad es que CR7 es más individualista y propenso que Messi, un futbolista más de equipo, a recibir patadas. Esta temporada el portugués no se ha perdido ningún partido por lesión, mientras que Messi ha estado dos partidos de baja por una alevosa entrada del atlético Ujfalusi en el Calderón. Tampoco hay que olvidar la salvaje patada que el madridista Sergio Ramos le dio a Leo en el último clásico en el Camp Nou (...).

Mourinho siente aversión por Messi desde hace años. Cuando el luso dirigía al Chelsea, acusó al crack azulgrana de haber hecho "teatro del bueno" tras una brutal entrada de Asier del Horno. También se retrató el entrenador portugués cuando dijo que Messi e Iniesta no merecían ganar el último Balón de Oro. Mou intenta de nuevo aumentar la presión sobre un Barça que le saca 7 puntos.

Se camufla la opinión como interpretación, pero las frases en cursiva indican un claro tono opinativo y editorial más allá de la propia interpretación. Se pretende defender a ultranza al jugador barcelonista, potenciando la animadversión de sus lectores hacia el equipo rival e incumpliendo los artículos anteriores de los códigos con respecto a la diferenciación entre opinión e información, e, incluso, el propio libro de estilo del diario.

Niceto Blázquez (2000, p. 65), también advierte que, actualmente, se tiende a hacer desaparecer la distinción clásica entre las opiniones personales y las informaciones propiamente dichas, lo que origina que la información, sea más que nada, un producto de laboratorio o de gabinete.

El profesor Santander Molina (2005, p. 188) afirma que es consecuencia de la búsqueda de la espectacularización y lo define de la siguiente manera:

(...) El género informativo, a través de sus programas y profesionales, muestra cada vez más el uso de recursos de forma y fondo que apelan a las emociones, antes que a lo racional, combinando información con entretención (lo espectacular en lo factual) y concibiendo a sus públicos como consumidores. Se borran los límites y se fusionan las fronteras y el dominio particular de cada género se vuelve cada vez más difuso.

Otro ejemplo de esta fusión lo tenemos en la siguiente noticia de la web de *Mundo Deportivo*, del día 22 de marzo de 2011:

PEPE, PREMIO AL JUEGO SUCIO

El Real Madrid ha claudicado ante Pepe y José Mourinho. El 'cacique' de la defensa merengue renovará finalmente por 4 millones netos por temporada hasta 2015, mientras que el técnico seguirá contando con un jugador al que considera pieza fundamental en su equipo y cuyo juego no ha dejado de alabar públicamente.

Durante las largas negociaciones, Pepe llegó a presionar incluso con un presunto interés del Barça por ficharle, algo que no gustó nada a la directiva, como tampoco la insistencia de Mou a la cúpula para que mejorara el contrato de Pepe, un futbolista que el presidente del club, Florentino Pérez, y el director general, Jorge Valdano, no eran partidarios de renovar por sus malas maneras en el campo. Ambos esperan que ahora el zaguero se centre y rebaje su estado de nerviosismo, al que muchos achacaban por el hecho de que se prolongara tanto la renovación.

El club blanco, que ofrecía al central 3,5 millones netos por año, ha terminado cediendo a las pretensiones económicas de Pepe, cuando aún resuenan los ecos de su descontrolado comportamiento en el último partido de Champions ante el Lyon (...).

En el titular ya se aprecia que es una opinión y no una interpretación ni una información. Más adelante, en el cuerpo del texto, las frases que aparecen en cursiva, indican la opinión del redactor, donde no se apunta ningún tipo de fuentes y parece que el periodista sabe perfectamente cuáles son los pensamientos de la cúpula dirigente del Real Madrid. Se trata, nuevamente, de desprestigiar al equipo rival, al cual se le combate desde los medios catalanes con un comportamiento más propio de aficionados que de informadores. También se incumplen los artículos citados anteriormente de los códigos, así como el libro de estilo del diario.

Conclusiones

Hemos podido constatar cómo se incumplen los códigos deontológicos, mezclando la información con la opinión en la prensa deportiva escrita de Cataluña mediante el estudio de algunos casos de los diarios Sport y Mundo Deportivo. Esto es bastante frecuente en la prensa deportiva, ya sea por intereses comerciales (para contentar a sus potenciales lectores, aficionados del equipo contrario al que se critica) o por valoraciones subjetivas (los periodistas acaban actuando con una clara parcialidad).

Normalmente los medios deportivos de Cataluña tienen una marcada línea editorial, que no tratan de ocultar, y se posicionan a favor del club más representativo de Cataluña: el F.C. Barcelona. Estos medios menoscaban con frecuencia a su rival directo en las competiciones: el Real Madrid. Los redactores, en ocasiones, se comportan como lo harían los aficionados, lo que conlleva que no exista un sesgo entre la información y la opinión, como se define estrictamente en los códigos deontológicos en los siguientes artículos:

- Art. 3 del Código Europeo de Deontología del Periodismo:
- Art. 1 de la Declaració de Principis de la Professió Periodística a Catalunya:
- Art. 17 del Código Deontológico de la FAPE:

En los textos analizados se observa una clara mezcla de géneros que no se corresponde con el estilo interpretativo, que no está sancionado en los códigos deontológicos. En el periodismo interpretativo se busca la profundidad, la contextualización de los hechos y se omiten los juicios de valor, sin embargo en estos textos se efectúan juicios de valor y no se busca la contextualización. En ellos los redactores opinan, de manera subjetiva, posicionándose favorablemente hacia la línea editorial del medio. Podemos apreciar que los partidos también se juegan en las redacciones, obviando la máxima periodística que dice: *los hechos son sagrados, las opiniones libres*.

Este tipo de periodismo no es riguroso y comete el grave error de desinformar a la ciudadanía incumpliendo uno de los preceptos clásicos de los códigos deontológicos. Pero el error se agrava al no ser conscientes de que, por un lado, agravan el descrédito periodístico que pueda tener la sociedad con respecto a los medios de comunicación y, por otro, pierden mercado competitivo al fidelizar únicamente a un determinado sector de aficionados, máxime si se tiene en cuenta la diversidad de aficionados existentes en Cataluña, que se puede apreciar en el número de peñas que poseen tanto el F.C. Barcelona, mayoritarias, el Real Madrid, muy amplias, y el R.C.D. Espanyol, también amplias.

Referencias

- Aguado Terrón, J.M. y Martínez Rodríguez, L. (2005). *Introducción a la comunicación periodística escrita*. Murcia: Diego Marín.
- Aguinaga, E. (1998). ¿Información veraz? *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 4, 123-133.
- Aguinaga, E. (2001). Hacia una teoría del periodismo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº7, 241-255.
- 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.
- Blasco, E., González, S., Salinas, D. (2011, febrero). *Cristiano Ronaldo está obsesionado con Leo*. Disponible en <http://www.sport.es/cristiano-ronaldo-esta-obsesionado-con-leo/barça.mht>.
- Blasco, E., González, S., Salinas, D. (2011, febrero). *¿Se quieren cargar a Messi!* Disponible en <http://www.sport.es/se-quieren-cargara-messi/barça.mht>.
- Blázquez, N. (2000) *El desafío ético de la información*. Salamanca: San Esteban-Edibesa.
- Cantavella, J. (1999). Textos dinámicos y atractivos para un periodismo cambiante. Aproximación a las tendencias de futuro en los géneros periodísticos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 5, 63-75.

- Cortina, A (1997). *Los ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid: Alianza.
- Dovifat, E. (1959): *Periodismo*. México: UTEHA.
- Entrevista a José Luis Martínez Albertos, Teleprensa. (2010, noviembre). Disponible en <http://www.teleprensa.es/almeria-noticia-144241-26quot3BEI-periodismo-impreso-tiene-los-d26iacute3Bas-contados26quot3B-dice-Jos26eacute3B-Luis-Mart26iacute3Bnez-Albertos.html>.
- Gomis, L. (2001) *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- Grijelmo, A. (2003). *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus.
- Gutiérrez, M. (2010, octubre). *El narrador omnisciente*. Disponible en <http://www.lalibretadevangaal.com/2010/10/el-narrador-omnisciente.html>.
- Jareño Alarcón, J. (2009). *Ética y periodismo*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Martínez Albertos. J.L. (1983). *Curso general de redacción periodística*. Barcelona: Mitre.
- Martínez Albertos, J. L, (1999). El periodismo en el siglo XXI: Más allá del rumor y por encima del caos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 5, 15-35.
- Martínez Hernando, B. (1990) *El lenguaje de la prensa*. Madrid: Eudema Actualidad.
- Mundo Deportivo, 15 de marzo de 2011.
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid: El País.
- Palacios, E. (2011, marzo). *Pepe, premio al juego sucio*. Disponible en http://www.mundodeportivo.com/20110322/pepe-premio-al-juego-sucio_54131207906.html.
- Paniagua Santamaría, P. (2002). *Información deportiva: Especialización, géneros y entorno digital*. Madrid: Fragua.
- 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). La responsabilidad social del informador ante la proliferación de hechos violentos en el mundo del deporte. *Vivat Academia*, nº 11, 71-87.
- 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.
- Sport, 8 de febrero de 2011.
- Solé, S. (2011, febrero). *Síndrome Messi en el Real Madrid*. Disponible en <http://www.mundodeportivo.com/gen/20110208/54112187491/noticia/sindrome-messi-en-el-real-madrid.html>.

Notas

¹ Doctor en Periodismo (2013) por la Universidad de Murcia, España. Correo electrónico: javier.gmezbueno@gmail.com.

² Aguado Terrón y Martínez Rodríguez (2005, p. 41), aseguran: “El estilo informativo es aquel que busca transmitir el conocimiento de un hecho noticioso de la forma más rápida, concreta, patente y clara posible, mediante formas descriptivas o narrativas impersonalizadas, omitiendo toda referencia valorativa”. Paniagua Santamaría (2003, p. 96) lo define como un estilo claro, conciso, impersonal, neutro, con predominio de la narración sobre la descripción, con el menor número posible de adjetivos y de adverbios y con el menor número también de relaciones entre los datos que no se desprendan directamente de los hechos de acuerdo a criterios puramente objetivos.

³ Gutiérrez, M. (2010, octubre). *El narrador omnisciente*. Disponible en <http://www.lalibretadevangaal.com/2010/10/el-narrador-omnisciente.html>.

⁴ La utilización de un adjetivo tan contundente y agresivo, aunque el análisis esté basado en datos objetivos, denota la opinión personal del periodista.

⁵ Esto es lo que Grijelmo califica como frase aparte y como juicios de valor, que se diferencian de los juicios de hecho en el que los segundos pueden admitir una fundamentación científica, según Paniagua Santamaría (2002, p. 71).

⁶ Rodríguez Wangüemert (2005, p. 176) advierte de la dificultad de la población para deslindar la opinión de la información.

⁷ Martínez Albertos subrayó la necesidad de que la noticia debe aparecer deslindada, afirmando que “información y opinión han de ir desvinculados”, porque así lo recogen los códigos éticos, entre ellos el de FAPE. Pero insistió más: “Los hechos no admiten discusión, son sagrados, y los comentarios son libres. Son principios del periodismo tradicional, que no los observa el periodismo no convencional”. Entrevista a José Luis Martínez Albertos, Teleprensa. (2010, noviembre). Disponible en <http://www.teleprensa.es/almeria-noticia-144241-26quot3BEI-periodismo-impreso-tiene-los-d26iacute3Bas-contados26quot3B-dice-Jos26eacute3B-Luis-Mart26iacute3Bnez-Albertos.html>.

⁸ Se interpretan los datos de forma peculiar para avalar su teoría. Se dice que se ha cometido “sólo una falta más” por partido, pero no se dice que es casi el doble de las faltas recibidas por uno (1,6) y otro (2,6) por partido, lo que en el total supone que uno (al que se va a defenestrar para apoyar al otro) ha recibido 26 faltas más, casi el doble que el jugador que defienden. Según la máxima atribuida a Benjamin Disraeli hay tres tipos de mentiras: mentiras pequeñas, mentiras grandes y estadísticas.

⁹ Aparte de ocupar un espacio que corresponde a las noticias, el texto está firmado por tres redactores, E. Blasco, S. González y D. Salinas, lo que refleja un trabajo en equipo en la elaboración de una noticia (ninguno es columnista) y contrario a como se elaboran los textos de opinión, que vendrán firmados por una sola persona o sin firmar.

¹⁰ El profesor cree que estos espacios están restringidos a las amistades del director y de la cúpula gerencial (1999, p. 92).

¹¹ Juan Cantavella (1999, p. 69) asegura que el mestizaje que producen las nuevas formas, dejando atrás las más puras, origina una mezcla que resulta atractiva y enriquecedora.

¹² Grijelmo (2003, p. 534) advierte: “La mezcla de frases objetivas y subjetivas (juicios de valor) deja indefenso a quien nos lee, porque no tiene la obligación de discernir entre unas y otras, ni de analizar los

textos y separar el grano de la paja como si se tratara de un profesional. El género elegido ejerce como soporte del mensaje (formando parte de él). Por eso un periodismo riguroso diferencia siempre informaciones y opiniones”.