

Trabajo Final de Grado en Humanidades. Estudios Interculturales

**Ética del deporte.
Una aproximación a la ética en el fútbol
a través de los códigos éticos**

Autor: Eric Bacas Melia

Tutora: Maria Medina Vicent

Fecha de lectura: octubre de 2021



Resumen: La propuesta de la ética dialógica y la Responsabilidad Social Empresarial tiene cada vez más peso entre las empresas de todo el mundo. Hoy en día a las empresas se les exigen no solo resultados económicos, sino también responder de las consecuencias de sus actividades. Desde este punto de vista, entendemos a los equipos de fútbol como empresas y que, por ello, también deben responder ante las demandas de sus grupos de interés. Además, aprovechando la gran influencia de estos clubes sobre millones de personas, se entiende que tienen una posición privilegiada para combatir la violencia, no solo existente en el mundo del deporte, sino en el resto de los espacios sociales. Es por ello que desde la perspectiva de la ética del deporte y, en concreto, del *fair play* como horizonte normativo, se aboga por ir más allá de los límites deportivos y anima a las entidades deportivas a implicarse y tomar medidas contra el racismo, la intolerancia, el acoso y la corrupción. Para conocer si dicha perspectiva se está adoptando por parte los clubes, se analizarán diversos códigos éticos de clubes de la primera división de la Liga española.

Palabras clave: ética empresarial, ética del deporte, código ético, club de fútbol, *fair play*.

Índice	
Introducción	5
Introduction	7
1. Marco teórico	9
1.1 Ética empresarial	9
1.1.1 La empresa como institución social: la confianza como elemento de partida	10
1.1.2 La Responsabilidad Social Empresarial como eje conductor	12
1.2 Ética del deporte	14
1.2.1 La historia de la filosofía del deporte	16
2. Análisis de los códigos éticos	21
2.1 FC Barcelona	23
2.2 Real Madrid CF	26
2.3 Villarreal CF	29
2.4 Valencia CF	32
3. Resultados del análisis	37
Conclusiones	39
Bibliografía	41

Introducción

A partir de la asignatura realizada en tercer curso del Grado en Humanidades: Estudios Interculturales, centrada en la ética de las organizaciones, surgió un interés por conocer si la ética también se podía aplicar al deporte. Tras darle varias vueltas me pareció interesante poner en confluencia tanto la ética empresarial como la ética deportiva, puesto que mi interés se centraba en la ética deportiva aplicada a los equipos de fútbol de la primera división española y, en específico, el Real Madrid CF y el FC Barcelona, dada su importancia y renombre y, el del Valencia CF y el Villarreal CF debido a su proximidad geográfica. La idea de combinar ambas éticas aplicadas responde a la necesidad de comprender que los clubes de primer nivel funcionan de manera muy similar a las empresas y por ello es indispensable colocar ambas éticas aplicadas en diálogo; al mismo tiempo, dichos clubes son generadores de valor social y su actividad impacta en diferentes espacios sociales más allá del deporte.

Por tanto, para lograr el correcto desarrollo de este trabajo es necesario realizar un marco teórico que englobe las dos líneas de pensamiento que van a ser utilizadas para aproximarnos al citado objeto de estudio, siendo estas la ética empresarial y la ética del deporte. La primera parte se va a focalizar en la propuesta de ética empresarial en su vertiente dialógica impulsada por la Escuela de Valencia a través del trabajo de autores como Adela Cortina (1994), Jesús Conill (2004), Domingo García-Marzá (2004) y Elsa González-Esteban (2007). El uso de esta corriente se debe a una necesidad, en el sentido de que el único modo de alcanzar un acuerdo debería ser mediante el diálogo y el consenso entre todos los grupos de afectados por la actividad empresarial.

Por otro lado, se encuentra la ética del deporte, que es el punto de partida de este trabajo, y que, desde nuestro punto de vista, puede salir reforzada al entablar un diálogo con la ética empresarial, ya que, como se mostrará en el apartado correspondiente, el punto de vista de esta se centra en los valores morales que se pueden adquirir mediante la práctica deportiva, una concepción que se puede enmarcar bajo las palabras de Adela Cortina (2010, 41-55), en tanto que la ética no se realiza de forma exclusiva desde ningún ámbito en concreto, sino que es llevada a cabo por todos los ciudadanos. Es por ello por lo que el deporte puede aportar en esta tarea y no solo eso, sino que es necesaria una reflexión crítica sobre este, por si precisamente los valores que promueve no son los deseados para alcanzar una sociedad justa. Para ello se

utilizarán textos de distintos autores como Francisco Javier López Frías y Raúl Francisco Sebastián Solanes tomando el *fair play* como horizonte normativo.

Tras definir el marco teórico, el trabajo se centrará en una herramienta de la Responsabilidad Social Empresarial como es el código ético, más concretamente el análisis de códigos éticos de diferentes equipos de fútbol. Así pues, el objetivo principal de este trabajo es identificar los valores principales de los equipos de fútbol de la Liga española y los compromisos morales que de ellos se derivan, a través de un análisis crítico de sus códigos éticos para constatar el grado de influencia de la ética empresarial dialógica y la ética del deporte en los mismos. En segundo lugar, analizar los códigos éticos del FC Barcelona, el Real Madrid CF, el Valencia CF y el Villarreal CF. para comprobar los valores éticos reflejados en dichos códigos y si estos entran en confluencia o reflejan la lógica del *fair play*. En tercer lugar, tras realizar el análisis previo, el objetivo es reflexionar sobre los resultados para establecer una serie de conclusiones.

Para llevar a cabo los objetivos propuestos se estructurará el trabajo en dos bloques. En primer lugar, el marco teórico que engloba una explicación general de la ética empresarial y la ética del deporte para comprender las herramientas utilizadas en el posterior análisis. En segundo lugar, el análisis de los códigos éticos, utilizando los conceptos previamente explicados para identificar los valores éticos reflejados en los códigos de los clubes de fútbol y su relación con el *fair play*.

Por último, las conclusiones extraídas del análisis de los códigos éticos es que, de forma general, estos muestran una preocupación sobre los aspectos relacionados con el *fair play* y con la lucha en el deporte contra problemas como la violencia, la intolerancia, el acoso, la igualdad, etc. Pero, no se numeran o comunican las herramientas que se van a utilizar para lograr la consecución de lo anteriormente mencionado.

Introduction

As a result of the subject I took in the third year of the Bachelor's Degree in Humanities: Intercultural Studies, which focused on the ethics of organisations, I became interested in finding out whether ethics could also be applied to sport. After giving it some thought, it seemed interesting to me to bring together both business ethics and sports ethics, since my idea was specifically sports ethics applied to Spanish first division football teams, specifically Real Madrid CF and FC Barcelona, given their importance and renown, and Valencia CF and Villarreal CF due to their geographical proximity. The idea of combining both applied ethics responds to the need to understand that top-level clubs function in a very similar way to companies and therefore it is essential to place both applied ethics in dialogue; at the same time, these clubs are generators of social value and their activity has an impact on different social spaces beyond sport.

Therefore, in order to achieve the correct development of this work, it is necessary to develop a theoretical framework that encompasses the two lines of thought that will be used to approach the aforementioned object of study, these being business ethics and sport ethics. The first part will focus on the proposal of business ethics in its dialogical aspect promoted by the School of Valencia through the work of authors such as Adela Cortina (1994), Jesús Conill (2004), Domingo García-Marzá (2004) and Elsa González-Esteban (2007). The use of this current is due to a necessity, in the sense that the only way to reach an agreement should be through dialogue and consensus between all the groups affected by business activity.

On the other hand, there is the ethics of sport, which is the starting point of this work, and which, from our point of view, can be strengthened by establishing a dialogue with business ethics, since, as will be shown in the corresponding section, the point of view of the latter focuses on the moral values that can be acquired through the practice of sport, a conception that can be framed under the words of Adela Cortina (2010, 41-55), insofar as ethics is not carried out exclusively from any specific sphere, but is carried out by all citizens, which is why sport can contribute to this task, and not only that, but a critical reflection on it is necessary in case the values it promotes are not precisely those desired to achieve a just society. For this purpose, texts by different authors such as Francisco Javier López Frías and Raúl Francisco Sebastián Solanes will be used, taking fair play as a normative horizon.

After defining the theoretical framework, the work will focus on a tool of Corporate Social Responsibility such as the code of ethics, more specifically on the analysis of this in different football teams. Thus, the main objective of this work is to identify the main values of Spanish League football teams and the moral commitments that derive from them, through a critical analysis of their ethical codes in order to determine the degree of influence of dialogic business ethics and sports ethics on them. Secondly, to analyse the ethical codes of FC Barcelona, Real Madrid CF, Valencia CF and Villarreal CF in order to verify the ethical values reflected in these codes and whether they converge or reflect the logic of fair play. Thirdly, after carrying out the previous analysis, the objective is to reflect on the results in order to establish a series of conclusions.

In order to achieve the proposed objectives, the work will be structured in two blocks. Firstly, the theoretical framework that includes a general explanation of business ethics and sport ethics in order to understand the tools used in the subsequent analysis. Secondly, the analysis of ethical codes, using the previously explained concepts to identify the ethical values reflected in the codes of football clubs and their relationship with fair play.

Finally, the conclusions drawn from the analyses carried out are that there is a general concern about the aspects related to fair play and going beyond problems such as violence, intolerance, harassment, equality, etc. But, there is also a lack of tools in order to fight these social issues.

1. Marco teórico

1.1 Ética empresarial

Como se ha recalcado en la introducción, es necesaria una aproximación a la ética empresarial para comprender por qué se parte desde el ámbito empresarial para analizar los códigos éticos de los equipos de fútbol.

El proceso de globalización ha configurado un escenario en el que la actividad de la empresa traspasa las barreras nacionales, convirtiéndose así en un fenómeno transnacional y acarreado consigo una serie de responsabilidades adicionales a las que ya le correspondía debido a que su influencia afecta a un mayor número de territorios. El Derecho se torna insuficiente para cubrir estas nuevas responsabilidades, por ello, se hace necesario una aproximación ética a los nuevos retos que plantea el escenario global a las empresas, un punto de anclaje desde el cual poder analizar y abordar los problemas que genera la actividad empresarial favorecida por un modelo económico neoliberal (García-Marzá 2004). La gran expansión de la influencia de la empresa a nivel global debe ser encarada desde una aproximación crítica, sustentada en la ética e impulsada por la nueva sociedad civil que cada vez más, demanda actitudes éticas a las empresas, ya que estas son responsables de gran parte de los problemas sociales alrededor del mundo.

Para poder realizar una reflexión crítica del papel de las empresas en este contexto es necesario partir de la concepción de que la empresa es una institución social, que es lo que propone la ética empresarial de cote discursivo. En palabras de Domingo García-Marzá (2004, 23):

La tarea básica de la ética empresarial consiste en ocuparse de las condiciones de posibilidad de la credibilidad social de la empresa y, por tanto, de la confianza depositada en la empresa por parte de todos aquellos grupos que forman parte o están afectados por su actividad.

Es decir, reconocer en qué supuestos subyace la confianza depositada en la empresa para poder afrontar una gestión ética de la misma fomentando la práctica de actividades que generen confianza. La perspectiva de este trabajo se centra en considerar a los equipos de fútbol de la primera división española como empresas, es por ello que se cree oportuna una reflexión ética acerca de su gestión empresarial. En el siguiente apartado se tratará la importancia de generar y mantener la confianza para el correcto desarrollo de la actividad empresarial.

1.1.1 La empresa como institución social: la confianza como elemento de partida

Siguiendo la propuesta de García-Marzá, una vez reconocida la necesidad de una ética común para abordar los problemas que se han generado debido a la globalización, es necesario comprender el papel social de las empresas. Las empresas son organizaciones creadas por las personas para satisfacer unos fines determinados, los cuales siempre son sociales. Nace para saciar las necesidades humanas mediante el beneficio económico y no pueden subsistir si no alcanzan el fin para el que han sido creadas. Por lo tanto, si no se cumple la satisfacción de estos, «pierde entonces su sentido y razón de ser ante la sociedad» (García-Marzá 2007, 189), es decir, pierde su justificación y se dirige hacia su desaparición. En definitiva, lo que necesita una empresa para funcionar es el consentimiento y el amparo de sus grupos de interés, la actividad empresarial ofrece unas expectativas a dichos grupos, centradas en su proyecto corporativo y en qué ocupación desarrollan y cómo la efectúan. (García Marzá, 2004). Se puede entender como una especie de contrato moral, un contrato entre la empresa y la sociedad donde existe un sistema mutuo de expectativas y deberes sobre los que se cimenta la confianza. Si la sociedad entiende que se respetan estas expectativas y se alcanzan, otorga tanto credibilidad como confianza a dicho proyecto. En el caso de los equipos de fútbol se esperan una serie de resultados (expectativas) por parte de sus aficionados y si estas no se cumplen, puede repercutir en el ámbito económico (menos venta de entradas, camisetas, etc.).

La ética empresarial propone un modelo de empresa en el que esta se reconoce como institución social y sabe que el único modo de obtener la confianza y la verosimilitud necesaria para llevar a cabo un proyecto empresarial a largo plazo, es teniendo en cuenta la opinión y necesidades de todos los grupos que influyen de alguna manera en el correcto desarrollo de la actividad empresarial, y que son influenciados por ella.

La confianza necesaria para realizar la actividad empresarial se corresponde con el grado de verosimilitud que merece la empresa. Si bien es cierto que hasta no hace mucho tiempo era suficiente con el beneficio económico y el cumplimiento legal para asegurar dicha credibilidad, hoy en día no basta con eso. La sociedad se ha vuelto mucho más exigente para con la empresa y necesita otro tipo de resultados más allá de lo económico para depositar su confianza en ella. El tiempo donde la empresa se ocupaba estrictamente de lo económico ha muerto, hoy en día las actividades empresariales son un compendio de lo económico, lo social y lo ecológico. Las sociedades han avanzado, son mucho más complejas y plurales y, por ello mismo, las necesidades y exigencias de la sociedad afectan también a las empresas. La conjunción de estos tres elementos es clave para el desarrollo de la confianza y, por ende, de la actividad

empresarial y así lo señala García-Marzá (2004, 92): «Desde este punto de vista, la ética empresarial tiene como uno de sus objetivos básicos la reconstrucción de este saber moral que subyace a la confianza depositada en la empresa», es decir, analizar qué elementos generan confianza para dirigir, en la medida de lo posible, la actividad empresarial hacia estos.

Así pues, la empresa amoral es cosa del pasado, todas se encuentran expuestas ante la opinión pública y sus respectivos grupos de interés. Se trata de una evaluación moral constante, la cual apenas resultaría visible si no fuera la base de la confianza necesaria para el correcto desarrollo de la actividad empresarial. El papel de la ética empresarial es el de reconocer y evidenciar esta dimensión moral así como las herramientas necesarias para su correcto funcionamiento, reconocer esta dimensión moral implica comprender que la empresa es responsable tanto de sus acciones como de sus decisiones.

A pesar de reconocer esta dimensión moral, conforme nos adentramos más a fondo, se diluye y resulta complicado precisar o aclarar lo que está bien o mal en el ámbito empresarial. El motivo es simple y así lo detalla García-Marzá tras su lectura de Henry Mintzberg (1991). Aclara que las estrategias empresariales centradas en la eficiencia solo se centran en lo palpable, es decir, lo económico, dejando de lado todos los activos que no son perceptibles, como sería el caso de los activos morales. Lo que deriva en una estrategia centrada únicamente en la economía que a su vez supone un aumento de costes, ya que, al no tener en cuenta los factores sociales y medioambientales es necesario «reparar» el daño causado mediante multas o los famosos lavados de imagen.

Si bien estos activos morales no son tan evidentes como los económicos, también pueden producir beneficios, al igual que el resto de recursos. Tienen una característica especial que los diferencia del resto, y es que su valor aumenta conforme más se utilizan, esto se ve reflejado en la confianza, la cual a pesar de ser en última instancia una creencia, en el buen hacer de una determinada empresa en este caso, se sustenta en razones, es decir, se confía en dicha empresa por comportamientos del pasado que generan expectativas para el futuro. Si bien es cierto que la mayor parte de estas razones son de carácter económico, como un precio asequible, también influyen una serie de factores morales como conocer que se ha fabricado de manera sostenible y que los agentes que han participado en el proceso de elaboración hayan sido remunerados de forma adecuada. Aquí se encuentra otra de las tareas de la ética empresarial, la de analizar las raíces éticas en las que se basa la confianza para de ese modo encaminar las decisiones de la empresa de manera que se genere más confianza (García-Marzá 2004, 93, 94).

1.1.2 La Responsabilidad Social Empresarial como eje conductor

Retomando las responsabilidades que había adquirido la empresa debido a la globalización, entre otros procesos nos adentramos en qué significa ser una empresa responsable. Antes de ello, se explicará qué se entiende por Responsabilidad Social Empresarial, siendo esta la «integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus relaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores» (Libro Verde de la Comisión Europea 2001, 366), es decir, la responsabilidad de las empresas por su huella en la sociedad. El objetivo de un enfoque RSE es ganarse la confianza duradera de sus grupos de interés para llevar a cabo un modelo de empresa responsable y sostenible. Se entiende como una forma homogeneizada de responder sobre lo que se espera de una empresa. No es suficiente con decir que es necesario ser responsables, es ineludible sustentar razonadamente por qué y cómo debemos serlo. La empresa debe responder por sus acciones ante una sociedad cada vez más exigente. En este marco, el papel de la ética empresarial es el de interpretar el alcance de su responsabilidad social y ecológica, así como de otra índole. De aquí entendemos que la ética empresarial no es un fragmento de la RSE, más bien la RSE¹ es una parte de esta centrada en los motivos que se esconden detrás de la confianza otorgada a la empresa (García-Marzá 2012, 55).

Ahora bien, ¿qué se entiende por responsabilidad? Para responder a esta pregunta se utilizará el significado que nos ofrecen autores como José Ortega y Gasset, Xavier Zubiri y José Luis López Aranguren. Los tres elaboraron un modelo de responsabilidad vinculado a la libertad, «al hecho existencial básico de que somos un animal de posibilidades» (García-Marzá 2012, 56). Es decir, el resto de animales tiene una conducta muy marcada debida a sus instintos, pero el ser humano y sus organizaciones se deben adaptar a cada situación, a cada relación desde la libertad que tiene. Por lo que, ser responsable quiere decir ser apto para rendir cuentas de lo que se hace o se deja de hacer. La responsabilidad moral integra la base de todas las responsabilidades, en tanto que somos personas y tenemos una serie de obligaciones y derechos para con otras personas. Hay un vínculo ineludible entre responsabilidad y moral, ya que toda «acción libre es una acción moral» (García-Marzá, 2012, 57), esto quiere decir que escogemos una entre distintas alternativas y con ella nos adaptamos de una forma o de otra a la realidad. En el momento en que estas decisiones tienen impacto sobre otras personas y se entra a calcular la validez de dichas acciones, es cuando se habla de responsabilidad moral. De este tipo son el

¹ RSE: Responsabilidad Social Empresarial.

mayor número de decisiones que se deben tomar en una empresa, puesto que la mayoría de decisiones de una empresa afectan a terceros y tienen impactos tanto sociales como medioambientales.

Cuando se habla de moral en el ámbito empresarial, se llega a la conclusión de que no podemos hablar de una responsabilidad individual. La mayoría de las decisiones se toman de forma conjunta. Por ello es lógico que se entienda la responsabilidad de las empresas como instituciones y ello pasa en el momento en el que no se puede asignar los resultados a un solo individuo, ya que hay un método empresarial de actuar, entonces es la empresa la que debe dar razones. Es por ello que se habla de responsabilidad empresarial.

Para que la empresa genere confianza todos los procesos deben seguir el principio de publicidad, propuesta en primer lugar por Immanuel Kant y trabajada en este ámbito por García-Marzá: «La propuesta de utilizar la transparencia para mostrar la buena voluntad fue sistematizada por primera vez por Kant como un principio de publicidad, entendido como la exigencia de «hacer público» (García-Marzá 2012, 62). La idea es dar a conocer lo que se hace para que todos los afectados se enteren, y preguntarse si se podría seguir con la actividad empresarial si las razones que la subyacen fueran conocidas por todos. Es decir, la transparencia es clave en la RSE, puesto que, de cualquier otro modo, sería inviable que la responsabilidad se transforme en un activo empresarial. Domingo García-Marzá (2012, 62) resume de forma muy concreta esta relación entre la confianza y el diálogo en base al principio de publicidad en forma de axioma «la confianza es directamente proporcional a la capacidad de las empresas para hacer públicas y justificar discursivamente sus acciones, estrategias y políticas». Es decir, dar a conocer al público su responsabilidad.

La integración de la RSE en la empresa varía de unas a otras, dependiendo de sus características, del contexto cultural que la rodee y de los «espacios de libertad» (García-Marzá 2007, 2020), pero se encuentra un hilo conductor, el cual es dar a conocer a todos la dedicación llevada a cabo con la idea de conseguir ese acuerdo mediante el diálogo entre todos los grupos de interés. Hay tres herramientas que hacen posible esta comunicación. La primera es el código ético. Se trata de un marco de actuación en el cual se deja constancia de las obligaciones adquiridas con la empresa para con sus responsabilidades sociales y ecológicas. El segundo es una auditoría ética, se trata de una evaluación de las respuestas dadas por la empresa ante sus responsabilidades. Por último, se encuentra el comité de ética, un activo estratégico que vela por los intereses éticos de los distintos actores.

En este trabajo se va a enfatizar el estudio de los códigos éticos, puesto que se trata de la principal «forma de institucionalización de la ética en la empresa más común» (García-Marzá, 2004, 245), por ello resulta complicado encontrar una empresa que no refleje en sus códigos sus valores y metas. Se trata, en definitiva, de una testificación del grado de implicación ético de la empresa, o en el caso de este trabajo, de los equipos de fútbol que pueden ser entendidos perfectamente como empresas. Por esa misma idea se buscará en este trabajo analizar los códigos éticos de los equipos de fútbol de primera división española.

Uno de los caminos para lograr esa comunión entre todos los grupos de interés que se ha mencionado con anterioridad, es la teoría de los stakeholders. El enfoque de la ética dialógica demanda diálogos reales, donde la responsabilidad moral recae en sopesar las características propias de cada empresa en concreto. Gracias a la teoría de los *stakeholders* (Freeman, 1984) se logra un acercamiento al diálogo debido al reconocimiento de los grupos de intereses de la empresa. Esta teoría trata de administrar de forma ética las organizaciones y lo busca, según Elsa González-Esteban (2012), tratando de responder a dos preguntas, las cuales son ¿cuál es el objetivo de la empresa? Es decir, qué busca esa organización sin tener en cuenta su envergadura y la actividad empresarial que desempeña. Y, por otro lado, ¿qué responsabilidades tiene la gestión de la empresa hacia sus stakeholders? Dicho de otro modo, pone el foco en las relaciones humanas y cómo estas se articulan a través de un mecanismo basado en derechos, obligaciones e intereses recíprocos.

Los supuestos que mantiene como teoría, acerca de la (a) relación entre ética y empresa/economía, (b) el objetivo del sistema económico capitalista, (c) la comprensión de la función y responsabilidad de la empresa, y (d) el concepto de ser humano constituyen sus rasgos distintivos y con ellos podemos ver dibujado perfectamente los rasgos de este nuevo enfoque plural de empresa (González-Esteban 2012, 75-76).

Tras esto se entiende que la teoría de los stakeholders se plantea como «una teoría organizacional y ética» (González-Esteban 2012, 76). Al subrayar de este modo la palabra ética dentro de esta teoría se reconoce a las cuestiones morales y de valores como un pilar fundamental a la hora de dirigir una empresa.

1.2 Ética del deporte

La segunda herramienta que conforma el marco teórico de este trabajo y que resulta necesaria para realizar el posterior análisis de códigos éticos es la ética del deporte. En este subapartado se realizará una pequeña aproximación a la historia de la ética del deporte, para

después, gracias a comprender sus orígenes, entender mejor sus características, las cuales serán necesarias para el correcto desarrollo de este trabajo.

En primer lugar, antes de analizar la historia de la filosofía del deporte y su conversión a ética del deporte, es necesario realizar una pequeña distinción entre el deporte profesional, que es en el que se va a centrar este trabajo, y el deporte amateur o terapéutico (Solanes 2013). Para ello es necesario empezar con la distinción entre juego y deporte moderno. Solanes, a través de la lectura de Huizinga (1946) comenta que toda la actividad del ser humano es comprendida a través del juego, dado que la misma cultura se origina y evoluciona desde un momento lúdico. El juego es considerado como un quehacer facultativo que se desarrolla bajo algunos límites espacio-temporales, es decir, para jugar a baloncesto se necesitan unas canastas y tiene una duración limitada. Además, el juego se realiza bajo una serie de normas pactadas y aceptadas de forma voluntaria por parte de los implicados en el juego. Por último, se trata de una actividad con un fin en sí mismo, pues no se hace para ninguna otra finalidad (Sebastián Solanes 2013, 84).

Para Solanes, el trabajo de Huizinga muestra el fuerte vínculo entre el juego y el ser humano, y cómo este forma parte de su naturaleza. Si bien es cierto que existen notables diferencias entre juego y deporte moderno, que veremos a continuación, este último no puede desprenderse de la naturaleza lúdica del juego, ya que aunque la finalidad sea ganar siempre, sigue presente esa faceta jocosa del juego en los deportes competitivos. Según dicho autor, el nacimiento del deporte moderno se produce en la sociedad industrial inglesa como un producto de corte socio-cultural, participe de las transformaciones que tuvieron lugar en aquella época. En su nacimiento y dadas las circunstancias de la burguesía anglosajona, el deporte fue un elemento distintivo de los jóvenes burgueses de la época victoriana, tratándose de un modo de vida que acompañaba a unos pensamientos en concreto, los de la burguesía.

A pesar de que en su nacimiento el deporte se limitase a una minoría de burgueses anglosajones, este se fue expandiendo a todos los estratos de la sociedad y como se ha explicado anteriormente, no se trataba de una simple práctica deportiva, tenía una serie de valores y comportamientos propios de la burguesía que también fueron transmitidos al grueso de la población. A continuación se pasará a introducir de manera breve las características del deporte moderno (Sebastián Solanes 2013, 85).

Tras la lectura de Allen Guttman (1978), Solanes identifica siete rasgos distintivos del deporte moderno. En primer lugar, habla del secularismo, en el sentido en que el juego estaba arraigado

a ciertas ceremonias religiosas mientras que el deporte forma parte de una serie de cambios producidos en la sociedad industrial que se mantiene alejado de la religión. En segundo lugar, se encuentra el principio de igualdad, el ejemplo dado es que en la Grecia clásica solo un selecto grupo de hombres podían practicar deporte, mientras que hoy en día no es necesario ser parte de ninguna clase social determinada para hacerlo. El tercer rasgo trata sobre la profesionalización de los deportistas, dado que ya no lo hacen solo por placer, como la burguesía victoriana, sino también a modo de trabajo remunerado. La cuarta característica es la de la racionalización, pues el deporte moderno viene acompañado de una serie de normas pensadas y pactadas entre distintos actores. Para lograr esa racionalización se encuentra la quinta característica, la burocratización del deporte moderno. Para su organización y gestión nace en 1984 el Comité Olímpico Internacional (COI). Se trata de la máxima autoridad del deporte y la encargada de redactar los reglamentos así como asegurarse de su cumplimiento. El sexto rasgo se centra en el *record*, es decir, obtener la mejor marca, en caso del atletismo o la natación, o los mejores resultados en el menor tiempo posible. Por último, se encuentra la mercantilización del deporte, al tratarse de espectáculos multitudinarios a los que se ha de pagar por asistir. Así como elementos externos a la propia práctica deportiva que generan ingresos cuantiosos como la venta de camisetas en fútbol o baloncesto (Sebastián Solanes 2013, 86-87).

Tras este breve repaso a la distinción entre juego y deporte moderno, así como el análisis más profundo de las características de este último se pasará a continuación a analizar la historia de la filosofía del deporte, sus etapas y su conversión a ética del deporte.

1.2.1 La historia de la filosofía del deporte

En este apartado se observarán las cuatro etapas de la filosofía del deporte, que empezó como una especie de ayudante de la pedagogía del deporte. Nuestro autor, a través de la lectura de Robert Scott Kretchmar (1984, 21-32) indica las cuatro etapas, las cuales son, a) La etapa ecléctica o de la filosofía de la educación, que iría aproximadamente desde 1875 hasta 1950. b) La época de los sistemas, que se desarrolló entre 1950 y 1965. c) La etapa disciplinar de la filosofía del deporte, entre 1965 y 1984. d) El momento post-disciplinar que iría desde 1984 hasta la actualidad.

La etapa ecléctica (1875-1950) recibe este nombre dado que está definida por el nacimiento de dos corrientes pedagógicas como son la Muscular Christianity y la Nueva Educación Física, que encuentran en el deporte una vía de escape, una salvación para el momento histórico que

viven, los cuales son, la Inglaterra industrializada y la sociedad norteamericana tras la primera guerra mundial, de manera respectiva.

La importancia de la Muscular Christianity reside en que es vital para la integración del deporte en las escuelas, ya que su ideario era compaginar la educación en valores tradicionales del cristianismo con un fortalecimiento físico, dado que a su modo de ver era el único modo de generar «sujetos íntegros». Por otro lado, la relevancia de la Nueva Educación Física recae en que utilizarán el deporte como un espacio desde el que compartir determinados valores que ayuden a reconstruir la sociedad tras la Primera Guerra Mundial. Se puede observar que esta etapa se centra en el ámbito escolar, es por ello que la filosofía, en este punto, es un refuerzo para comprender las ventajas y desventajas de acoplar el deporte en la educación (López Frías 2011, 3-4).

La segunda etapa (1950-1965) da un vuelco al eclecticismo, poniendo el enfoque en la filosofía en lugar de en la pedagogía. Centrándose en una reflexión filosófica utilizando los diversos sistemas filosóficos vigentes (naturalista, idealista, empirista, entre otros) en el terreno del deporte. Si bien es cierto que dichas reflexiones tenían el mismo fin que en la anterior etapa, mejorar la pedagogía del deporte. La idea era ofrecer un amplio abanico de posibilidades y sistemas filosóficos distintos para que los propios pedagogos eligieran los que creyeran más convenientes, pero la realidad fue bastante distinta, a pesar de que su intención fuera servir de guía, la reflexión filosófica resultó bastante tediosa para los profesionales de la educación ajenos al lenguaje filosófico, por lo que fue una etapa breve y de escasa aceptación.

Se entra así en la tercera etapa (1965-1984), la disciplinar, que surge como reacción a la anterior y a su excesiva complejidad, se busca una manera de definir lo que sucede en el mundo del deporte de una manera más directa. Así pues, en 1970 se inician una serie de sucesos que acaban en 1972 con la formación de Philosophic Society for the Study of Sport (PSSS). En suma, aparece también el Journal of the Philosophy of Sport que se convertirá en el principal referente a la hora de promover la filosofía del deporte y que supondrá un giro en tanto que se suprimirán las referencias prácticas de esta disciplina, centrándose en una visión ontológica en detrimento de la práctica y pedagógica. A pesar de este giro, su inclusión en el mundo académico y en el de la práctica deportiva fue complicado, ya que se trataba de una filosofía muy rígida y excesivamente analítica a lo que hay que sumar su abandono por la *praxis*, lo cual era contraproducente, ya que daban a entender que no había ningún problema importante en la filosofía del deporte (López Frías 2011, 5-6).

Tras este desvío se intentó retomar la preocupación por el ámbito práctico sin perder, eso sí, «el rigor filosófico-metodológico» que se había conseguido en la anterior etapa. Se entra pues en la cuarta y actual etapa (1984-actualidad). López Frías (2011, 1-19), entiende esta etapa como «etapa práctica de la filosofía del deporte» es decir, una ética aplicada al deporte. Siguiendo con la estela de este autor, no se puede hablar de filosofía del deporte hoy en día sin hacerlo de la ética del deporte. Esto se debe al «giro aplicado de la filosofía», propiciado en gran parte por la aparición de la filosofía hermenéutica. Surge con tanta ferocidad la preocupación práctica en el terreno deportivo que autores como Graham McFee llega a plantearse en su artículo *Are there philosophical issues with respect to sport (other than ethical ones)?*) si las únicas preguntas de la filosofía del deporte son las éticas. Siguiendo con la línea de nuestro autor a través de la lectura de McFee extrae que, con esta perspectiva, otras preocupaciones como pueden serlo las estéticas o la relación entre el deporte y la educación se limitarían a ser casos concretos de las respectivas disciplinas como son la pedagogía y la estética (López Frías 2011, 7).

Ahora bien, esta visión será rebatida por Kretchmar, Frías (2011, 8) siguiendo su estela asegura que para poder llevar a cabo un análisis correcto del deporte es necesario tener en cuenta «las condiciones de posibilidad de los términos básicos: juego, deporte, falta, habilidad constitutiva...» por lo que las cuestiones que no son estrictamente éticas como las estéticas, ontológicas y metafísicas son necesarias para entender el fenómeno deportivo y son el pilar fundamental sobre el que se sustenta la filosofía práctica.

1.2.2 Ética del deporte: *fair play* como horizonte normativo

Tras un breve repaso a la historia de la filosofía del deporte ahora toca centrarse en su faceta más práctica. Como ya se ha comentado en el anterior apartado, el deporte es una de las actividades principales de nuestra sociedad, por ello, López Frías, respaldado en la lectura de McIntyre, defiende el papel del deporte como generador de valores morales que se aplican a la vida cotidiana más allá del deporte, se entiende a este como una manera de «educar en valores» (López Frías, 2010, 22) además de impulsar su desarrollo, por lo que si ignoramos esta faceta del deporte, se pierde el potencial ético del deporte.

Ahora bien, cabe destacar que la dimensión ética del deporte está directamente relacionada con el modo en que entendemos la naturaleza del mismo. Si nos adherimos a la línea del pensamiento que asegura que dicha naturaleza siempre es competitiva, su función ética quedaría relegada a la nada, prácticamente. Bajo esta visión el deporte es amoral, en tanto que

no es posible reconocer componentes éticos que posibiliten la construcción de una sociedad justa. La sociedad que se alcanzaría fomentando esa visión del deporte sería una basada en el individualismo, deshumanizándose y perdiendo el sentido de la ética, abandonando la intersubjetividad de conceptos como lo bueno o lo malo. Para evitar este desenlace es crucial empoderar al otro y aceptarlo como un igual, algo en lo que el deporte puede ayudar, ya que su naturaleza no es solo competitiva, sino también cooperativa, esta es la visión del *fair play* (juego limpio). El consejo de Europa (COE) lo refleja de la siguiente manera en su código de ética deportiva titulado *Fair play the winning way* (2001):

Fair play is defined as much more than playing with the rules. It incorporates the concepts of friendship, respect for others and always playing within the right spirit. Fair play is defined as a way of thinking, not just a way of behaving. It incorporates issues concerned with the elimination of cheating, gamesmanship, doping, violence (both physical and verbal), the sexual harassment and abuse of children, young people and women, exploitation, unequal opportunities, excessive commercialisation and corruption (Council of Europe, 2001).

Con esto se logra entender que el *fair play* se concibe como una manera de entender el deporte tanto dentro como fuera del campo y que promueve valores positivos, así como una lucha explícita contra diferentes problemáticas que afectan no solo al deporte sino también a toda la sociedad. Así mismo, el COE anima a los Estados miembros a que presten su máximo apoyo a este código de ética deportiva, así como que se encarguen de su distribución en sus respectivos países para lograr una gran difusión. Además, animan a las entidades deportivas a tener en cuenta el mencionado código para mejorar la ética deportiva.

Continuando con la lectura de nuestro autor, quien analiza los escritos de los autores de dicho concepto como Angela Schneider o James W. Keating, asegura que los deportistas que compiten entre ellos no se tienen que considerar como una barrera que intenta impedir que el otro logre sus metas, sino como iguales que aspiran a alcanzar lo mejor de sí mismos y por lo tanto se ayudan mutuamente para superarse. Como se puede observar, se da un giro a la competitividad para llegar a la cooperación, por ello, asegura López Frías (2010, 22), que es «necesario un análisis ético del deporte para comprobar de qué modo éste puede convertirse en un generador de virtudes morales que favorezcan la consecución de una sociedad mejor». Se encuentra aquí uno de los pilares fundamentales de la ética del deporte, tratar de explorar y fomentar las virtudes que se pueden generar a través del deporte.

Siguiendo con la línea de nuestro autor, es necesario tener en cuenta la realidad y lo cierto es que hoy en día el deporte de élite se encuentra tan mercantilizado que los valores positivos que se pueden extraer son más bien escasos, puesto que los casos de deportistas que recurren a prácticas ilegales como es el caso del *doping* o las trampas están a la orden del día, parece ser que todo vale con tal de ganar. Señala López Frías que autores como Karl Otto Apel tienen razón al señalar que no sería conveniente calcar, en las relaciones personales, el modelo de comportamiento que tiene el deportista para con otros deportistas y con las reglas puesto que en el deporte la competitividad es su rasgo distintivo.

Pero si se entra en el terreno del deber ser, las cosas son totalmente distintas, ya que como se ha comentado con anterioridad, la competitividad se puede tornar en cooperación, en afán de superación de uno mismo, los rivales se fuerzan entre sí para ser la mejor versión de ellos mismos. Pero el problema reside en que cambiar la concepción competitiva del deporte no es tan sencillo, ya que esta ha sido la que ha prevalecido a lo largo de la historia en detrimento de la visión cooperativa. El modo de vida competitivo e individualista que se ha impuesto se ve plasmado en el deporte también, haciendo que su verdadera naturaleza se desvanezca.

Así que, para lograr que el deporte retome sus características principales es mandatorio reestructurar la educación de los jóvenes para implementar un modelo deportivo no tan competitivo y más cooperativo, este es el único modo en que el deporte se pueda transformar en una actividad que genere valores positivos. Así pues, el concepto de *fair play* ha irrumpido en los últimos años con la idea de repensar de manera crítica la naturaleza inicial del deporte, un análisis mediante el cual se puedan cambiar las pautas establecidas por unas que favorezcan la labor pedagógico-ética del deporte, para que este puede convertirse en un generador de virtudes y valores morales positivos que se puedan aplicar a la vida cotidiana (López Frías 2010, 22, 24).

En conclusión, se ha realizado un repaso a la breve historia de la filosofía del deporte, analizando todas sus etapas hasta convertirse en ética del deporte. Tras analizar su historia se ha puesto el énfasis en el concepto del *fair play* y cómo desde este se pretende repensar toda la naturaleza competitiva del deporte para enfocar hacia una que gire en torno a la cooperación. En el siguiente apartado se pasará a analizar los códigos éticos del Real Madrid CF, el del FC Barcelona, el del Villarreal CF y el del Valencia CF, teniendo en cuenta todo lo explicado anteriormente para tratar de comprender el grado de implicación de estos, para con la ética del deporte y la empresarial.

2. Análisis de los códigos éticos

Tras finalizar el marco teórico es necesaria una recapitulación para señalar qué conceptos o herramientas se utilizarán en el análisis de los códigos éticos del Real Madrid CF, el FC Barcelona, el Villarreal CF y el Valencia CF, estos últimos escogidos por proximidad geográfica.

Una vez comprendidas las nuevas responsabilidades generadas por la empresa, entendiendo a esta como una institución social que debe responder sobre sus actos, nace la RSE para lograr este cometido. Un modelo para dirigir la empresa desde un enfoque ético teniendo en cuenta no solo factores económicos, sino también sociales y medioambientales. Desde la Escuela de Valencia se promulga un enfoque dialógico, donde el único modo válido de alcanzar un acuerdo es mediante el diálogo entre todos los grupos de interés afectados por la actividad empresarial. La principal herramienta para poder realizar este análisis se encuentra en la RSE, ya que el código ético debe reflejar los valores y la misión de las empresas así como sus responsabilidades.

En lo referente a la ética del deporte, se ha realizado un breve repaso por su evolución, empezando como pedagogía del deporte, hasta transformarse en ética del deporte. La principal característica de la ética del deporte recae en los valores y en la idea de realizar un análisis crítico para cambiar su naturaleza competitiva, que es la que predomina hoy en día en el deporte de élite, en pro de su naturaleza cooperativa. A través del análisis de los códigos éticos, se tendrá en cuenta qué clase de valores se reflejan y promueven los máximos exponentes del fútbol español, el FC Barcelona y el Real Madrid CF, así como los equipos de la Comunidad Valenciana, el Villarreal CF y el Valencia CF. Se tratará de comprobar si hacen referencia a conceptos como el *fair play*, el cual es un punto de partida para lograr una competición que promueva mejores valores que los de ganar a toda costa, así como su adscripción para combatir problemas que golpean no solo al fútbol, sino a toda la sociedad como son la violencia, el racismo y la intolerancia.

Por tanto, el análisis de dichos códigos éticos se va a centrar en comprobar qué valores promueven ambos equipos de fútbol a través de dichos documentos, y constatar si concuerdan con la lógica del *fair play*. Consideramos que dicha lógica entra de lleno en el espacio de la propuesta de ética empresarial dialógica.

Si bien es cierto que solo se van a analizar en profundidad los códigos éticos del Real Madrid CF, el FC Barcelona debido a que son los dos clubes más importantes a nivel nacional e internacional, así como los del Valencia CF y el Villarreal CF por su proximidad geográfica e impacto tanto en Valencia como en Castellón, a continuación se elaborará una tabla señalando los clubes que cuentan con códigos éticos de todos los equipos de primera división española de fútbol, para su posible consulta.

La elección de analizar los códigos éticos de estos dos equipos fue algo lógico, como ya se ha comentado anteriormente, son los más importantes dentro del ecosistema futbolístico tanto a nivel nacional, como internacional. Sus marcas son mundialmente reconocidas y tienen un impacto tanto económico como social en millones de personas alrededor del mundo, más que equipos de fútbol son empresas y así se reconocen ellos mismos en sus códigos éticos, por ello son los ejemplos perfectos para analizar la relación entre ética del deporte y ética empresarial. Otro elemento determinante a la hora de escoger ambos clubes reside en el hecho de que no son sociedades anónimas como el resto de los integrantes de la liga de fútbol profesional, salvo el Athletic y el Osasuna, el club en última instancia pertenece a sus socios, si bien es cierto que hay rumores que señalan que pueden convertirse en sociedades anónimas debido al impacto económico causado por la pandemia.

Equipos de fútbol primera división española	Código ético/de conducta (Enlace de consulta)
Alavés	25171123c--digo-de-conducta-da.pdf (proyectoclubes.com)
Athletic	Código ético Athletic Club Website Oficial (athletic-club.eus)
Atlético	codigo_etico_catm.pdf (atleticodemadrid.com)
Barcelona	656471.pdf (fcbarcelona.com)
Betis	Manual de Cumplimiento Normativo - Real Betis Balompié SAD.pdf (realbetisbalompie.es)
Cádiz	Código Ético Cadiz (proyectoclubes.com)
Celta de Vigo	Codigo-de-Conducta-Celta.pdf (desarrollo.systems)
Eibar	20115856c--digo---tico.pdf (proyectoclubes.com)
Elche	https://www.elcheef.es/club/codigo-etico-del-elche-club-de-futbol-s-a-d

Getafe	GETAFE C (getafe.com)
Granada	Microsoft Word - CÓDIGO DE CONDUCTA 2019-2020.docx (proyectoclubes.com)
Huesca	06094509codigo-etico-sd-huesca-firmado.pdf (proyectoclubes.com)
Levante	Código Ético v.2ª (levantead.com)
Osasuna	Manual de Cumplimiento Normativo Club Atlético Osasuna (Aprobado Junta Directiva 04-07-16) (proyectoclubes.com)
Real Sociedad	codigoeticocastellano.pdf (realsociedad.eus)
Real Madrid	CODIGO ETICO REAL MADRID.pdf (fepemac.com)
Real Valladolid	Código Ético RVLL 20.02.19.pdf (proyectoclubes.com)
Sevilla	CODIGO ÉTICO Sevilla Fútbol Club (sevillafc.es)
Valencia	Cod Conducta VCF.pdf (valenciacf.com)
Villarreal	Manual cumplimiento normativo.pdf (villarrealcf.es)

Tabla 1. Códigos éticos de los clubes de fútbol de la Liga española (Elaboración propia, 2021)

2.1 FC Barcelona

El código ético (Barcelona, 2016) debe reflejar los valores del club y servir como guía de conducta de todo agente vinculado al FC Barcelona y a su Fundación, no solo de sus jugadores. Pero como ya se ha comentado anteriormente, se pondrá énfasis sobre si dichos valores concuerdan con la lógica del *fair play*. Esto servirá para comprobar el grado de implicación del FC Barcelona, en este caso, sobre problemáticas que no están recogidas dentro del reglamento futbolístico dado que sobrepasan sus fronteras. Esta cuestión sigue la línea de López Frías, quien considera que hay valores positivos que se pueden extrapolar del deporte a la vida cotidiana. Es sabido que el fútbol es seguido por millones de personas en todo el mundo, por lo que es una buena plataforma para denunciar injusticias como el racismo o la homofobia entre otras, debido a la gran exposición y el impacto que tiene.

Los valores que recoge el FC Barcelona en su código ético son numerosos. En primer lugar, se encuentra la integridad, entendida como la capacidad de procurar el bienestar tanto a sus empleados como al entorno donde se desarrolla su actividad profesional. El siguiente está muy relacionado con la RSE, la responsabilidad, es decir, al igual que en la ética empresarial, se

comprometen a responder teniendo en cuenta el impacto que generan sus actuaciones. Señalan que la transparencia es crucial para generar confianza y mantener la que sus socios le otorgan, como vemos, esto entra en confluencia con el principio de publicidad kantiana de «hacer público» (García-Marzá 2007, 201). El objetivo es publicitar la transparencia, que todos los agentes implicados sean conscientes, de este modo se consigue una «justificación pública» (García-Marzá 2007, 201) por ello dirigen todos sus esfuerzos para que sus acciones puedan ser públicas y contrastadas, ya que entienden la información como un activo crucial para el club que genera y mantiene la confianza en el club.

Siguiendo con la línea del eslogan del FC Barcelona *Més que un club*, otro valor que destacan en su código es el respeto. Consideran a este valor el pilar fundamental para vivir en sociedad y se involucran de manera directa para que este valor represente a todos sus deportistas. Como buen equipo de fútbol que basa sus éxitos en cosechar triunfos que les otorgan trofeos, destaca el esfuerzo entendido como el sacrificio y la dedicación de los deportistas para conseguir dichas victorias.

Además, hacen énfasis en el trabajo en equipo, elemento crucial para conseguir lo comentado sobre el esfuerzo. Consideran que el mejor método para conseguir sus metas pasa por la colaboración de los agentes implicados. Siguiendo en la misma línea de carácter más competitivo, también señalan la importancia de la ambición. No se puede olvidar que en última instancia el éxito del FC Barcelona reside en que sus distintas disciplinas, no solo el fútbol, consigan triunfos y victorias, dado que de este modo es más fácil que grandes inversores se fijen en el club y así se consiga mantener económicamente. La ambición que presenta el FC Barcelona es la de hacer las cosas lo mejor posible para ser una mejor versión de uno mismo cada día, potenciando dicha ambición se intenta asegurar su éxito deportivo, así como la adhesión de sus seguidores. Por último, una de las señas del club es la humildad, consideran que mediante sus actuaciones se han ganado el respeto a ejercer la humildad.

Como se ha comentado, los valores tratados en este código se aplican tanto para el FC Barcelona como para su Fundación, que se encarga de la obra social, centrándose en la prevención de la violencia, uno de los ejemplos es que trabajan en las escuelas de cataluña para prevenir el bullying utilizando el deporte como una herramienta pedagógica, dicha metodología diseñada por el FC Barcelona se ha ido implementando en colegios de toda cataluña desde hace dos años, no hace mención a ninguna restricción territorial por lo que se entiende que si hay algún centro interesado que no sea de cataluña puede implementar esta metodología de todas

formas. Otro de los pilares de la Fundación es su preocupación por la inclusión social, preocupándose del bienestar emocional de niños, niñas y jóvenes refugiados y migrantes mediante el deporte. Por ejemplo, la Fundación trabaja dando apoyo psicológico a los niños y niñas de los campos de refugiados de Moria, Kara Tepe, Skaramagas y Eleonas.

Estos valores son los que deben conducir la conducta de todos los agentes vinculados al FC Barcelona, por ello siguiendo la misma línea de actuación, se compromete a salvaguardar los Derechos Humanos recogidos en la Carta Internacional de Derechos Humanos en todas sus actividades. Para ello cuenta con un proceso de diligencia de manera ininterrumpida para responder ante posibles situaciones que no respeten dichos derechos. Por ello todos los miembros con una relación habitual con el FC Barcelona deberán aceptar este compromiso.

Por otro lado, el club se compromete a adoptar medidas que fomenten el desarrollo profesional de todos sus miembros así como la igualdad de oportunidades mediante iniciativas varias que contribuyan al desarrollo de su personal, así como a su aprendizaje. Conscientes de la importancia de que exista un equilibrio entre la vida profesional y personal, el club se implica personalmente adoptando medidas para favorecer dicho equilibrio.

En la línea de lo estudiado por López Frías, el FC Barcelona pone toda su atención en la cooperación, señalando que es la mejor manera de potenciar y aprovechar al máximo los recursos de los que disponen. Por ello todo el personal debe compartir cualquier conocimiento que pueda ser beneficioso a la hora de conseguir la excelencia deportiva. Por último y en la corriente mantenida por nuestro autor, el FC Barcelona se compromete a través del deporte a luchar de forma activa contra la violencia, el racismo y cualquier acto que ponga en peligro el orden público.

Para resolver cualquier duda relacionada con el código o algún aviso sobre alguna posible infracción del mismo, el FC Barcelona pone a disposición el Canal de Cumplimiento Normativo y Ético en la web interna del club. El Compliance Officer será el encargado, junto a recursos humanos, de dictaminar qué medidas se deben adoptar contra las infracciones, llegando a ponerlo en manos de las autoridades pertinentes si fuera necesario.

Por último, es tarea del Departamento de Recursos Humanos repartir el Código de Ética y Conducta entre el personal del FC Barcelona. En relaciones contractuales con asociados al club, la persona que contacte con dicho asociado deberá asegurarse que este sea conocedor del código. Otras de las funciones del Compliance Officer será facilitar el acceso al código tanto

al personal como a las personas asociadas así como solucionar cualquier duda que pueda tener respecto al código.

En conclusión, en el código ético del FC Barcelona se tratan algunos aspectos relacionados con el *fair play* como puede ser el respeto por el rival y la humildad, así como utilizar el deporte para denunciar la violencia, el racismo y la intolerancia. Un claro ejemplo de esto tuvo lugar no hace mucho en la celebración de la Eurocopa de fútbol, cuando Inglaterra perdió la final y algunos de sus aficionados lo pagaron con jugadores de su selección profiriendo insultos racistas. Tras este episodio racista, el FC Barcelona publicó una imagen en su cuenta de Twitter diciendo que perder una tanda de penaltis es una posibilidad, el racismo no lo es². Otro ejemplo es el de el ex jugador Ilaix Moriba³, que ante la negativa de renovar su contrato recibió insultos racistas a través de las redes. El propio jugador lo hizo saber en sus redes sociales y el club blaugrana a través de su cuenta de twitter apoyó públicamente al jugador con el mensaje de que aman el fútbol y luchan contra el racismo.

2.2 Real Madrid CF

El código del Real Madrid CF (2017) es mucho más directo respecto al *fair play* que el que hemos analizado anteriormente, ya que en su introducción señalan que se comprometen con valores basados en la ética y la responsabilidad, así como en el juego limpio, traducción literal de *fair play*. También señalan lo mismo que López Frías, que es el hecho de combatir injusticias como la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia a través del deporte.

Para ello, el objetivo del código ético es establecer una pauta de actuación de obligado cumplimiento para todo el personal relacionado con el club merengue. Señala también que el club tomará las medidas necesarias para que el personal mencionado anteriormente sea conocedor de dicho código. Al igual que el FC Barcelona, se adhiere al Pacto de las Naciones Unidas y a sus diez principios sobre Derechos Humanos. El club blanco espera de sus empleados un comportamiento más allá de lo establecido por la ley, ya que hay comportamientos que a pesar de no ser ilegales pueden resultar problemáticos desde una perspectiva ética.

Los valores que se promueven en este código ético son los siguientes: la transparencia, la integridad y la responsabilidad en las relaciones entre los propios empleados. Dedicación a las

² Ver: [El Barça condena el racismo en el fútbol \(mundodeportivo.com\)](#)

³ Ver: [Ilaix denuncia insultos racistas en Tik Tok y el Barça le apoya \(mundodeportivo.com\)](#)

funciones encomendadas por el Real Madrid CF, es decir, ningún trabajador del equipo puede realizar ninguna actividad que pueda contravenir los intereses del club. Subrayan la importancia de trabajar siguiendo la rectitud de comportamiento en el uso y/o manejo de los bienes. Es decir, recalcan la profesionalidad necesaria para trabajar en un club como el Real Madrid CF, a su vez se exige confidencialidad a la hora de tratar cualquier información que afecte al club.

Desde nuestra perspectiva, dicha confidencialidad quizá podría entrar en conflicto con la transparencia, en el código ético solo se hace referencia a la transparencia una vez, mientras que la palabra confidencialidad aparece hasta en cuatro ocasiones. Lo cierto es que en el propio código no especifica qué tipo de información debe ser considerada como confidencial, puesto que la premisa es que afecte al club, se entiende que tanto positiva como negativamente. Mientras que de la transparencia hace referencia a cómo debe ser la relación entre los empleados del club, los socios o cualquier tercero vinculado con el club blanco.

El Real Madrid CF se compromete a respetar el espíritu deportivo del *fair play*, poniendo el énfasis en participar activamente en contra de cualquier fraude tanto de amaños como en los casos de dopaje, velando siempre por la salud de sus deportistas. En el último apartado de los valores se vuelve a hacer hincapié en que a través del deporte y los valores que este aporta, el club se posiciona a favor de luchar activamente contra las distintas formas de violencia, el racismo y la intolerancia en el deporte.

Si bien es cierto que no especifican herramientas concretas para combatir estas cuestiones en el propio código, mediante su fundación intentan ser un referente universal en el uso del deporte como herramienta educativa y de integración social. Sus actividades se centran en cinco áreas, siendo éstas las actividades deportivas, las actividades formativas y culturales, las actividades socio-asistenciales, la cooperación internacional y las actividades institucionales. Uno de sus principales proyectos son las escuelas sociodeportivas tanto de fútbol como de baloncesto. Es una escuela pensada para menores de edad que busca educar en valores como compañerismo, autoestima, autonomía, respeto, salud, igualdad y motivación a través del fútbol a niños y niñas independientemente de sus características y capacidades. De hecho, varios de los centros disponibles para realizar esta escuela cuentan con instalaciones y personal cualificado para tratar menores con capacidades diferentes, TGD, TEA o Síndrome de Down, con el fin de capacitarles para su futura integración en escuelas ordinarias.

Un apartado del código ético que resulta de especial interés es el de la relación de los empleados del club con los jugadores menores de edad. El club se compromete a que sus trabajadores dirijan su conducta de forma neutral mostrando imparcialidad e igualdad de trato. Así mismo, siguiendo con la línea de todo el código ético también en este apartado se posicionan a favor de combatir contra el racismo, las drogas y la violencia en el deporte.

Continuando con los menores de edad, desde el club madrileño aseguran que conocen la protección especial que necesitan para evolucionar no solo como futbolistas, sino también como personas, por ello aseguran que se tomarán las medidas pertinentes para protegerlos de cualquier tipo de abuso o acoso dedicando así especial atención a los futbolistas más jóvenes que contarán con el apoyo del club para supervisarlos en todo momento.

Por otro lado, el apartado de uso de herramientas informáticas y redes sociales del club, queda claro que cualquier empleado del Real Madrid CF debe abstenerse de emitir cualquier política que vaya contra los valores del club en lo relativo a la protección de menores, la lucha contra la xenofobia y la intolerancia de cualquier índole.

El papel de difusión y cumplimiento del código queda en manos del Compliance Officer, el cual es elegido por un despacho jurídico ajeno al club, y de una Comisión Ética formada entre tres y seis miembros seleccionados por la junta directiva del club merengue. Las funciones asignadas son variadas. Deben ser capaces de resolver las dudas o malas interpretaciones que puedan tener los distintos empleados acerca del código. Analizar exhaustivamente el código en busca de modificaciones si fuera necesario, eso sí, en última instancia la modificación es competencia de la junta directiva. Y por último resolver las posibles denuncias que les lleguen por incumplimiento del código.

Continuando con las denuncias, el club señala que cualquier empleado que se percate de una posible infracción del código ético deberá transmitirlo a la Comisión Ética o bien a la figura del Compliance Officer. Si por el contrario una persona ajena al Real Madrid CF es la denunciante, el club pone a su disposición varios correos electrónicos supervisados por el secretario de la Comisión Ética. El denunciante deberá identificarse, eso sí, el club asegura una confidencialidad total.

Si estas posibles denuncias acaban siendo verificadas por el club, la Comisión Ética procederá a realizar una investigación pudiendo demandar la cooperación de las personas afectadas. Si

esta investigación determina que se ha incumplido el código, se trasladará al Comité Ejecutivo para implementar las sanciones requeridas en cada caso.

El club señala las medidas que se adaptarán en cada situación de manera clara. En el caso de los deportistas, el código te dirige a la legislación laboral vigente y al reglamento interno pactado con los deportistas.

Para concluir, podemos afirmar que los valores relacionados con el *fair play*, así como el papel del deporte en la lucha contra la violencia, el racismo, la homofobia y cualquier forma de intolerancia aparece representado en mayor medida en el código del Real Madrid CF que en el del FC Barcelona. Las aspiraciones son claras y se comprometen en varias ocasiones a luchar activamente contra dichas injusticias. Al igual que el club catalán, el madrileño demuestra su compromiso mediante hechos. Este mismo verano jugaron un partido de pretemporada contra el Milán bajo el lema *Athletes Verus* para luchar contra la discriminación y el racismo. Otro hecho que marca esta línea de actuación es una campaña conjunta de ambos clubes, el Real Madrid CF y el FC Barcelona, que tuvo lugar en 2017⁴. La campaña titulada «Sin respeto no hay juego» fue un proyecto de UNESCO Y PRISA Radio.

El objetivo del proyecto es educar en valores de convivencia. En este acto se unieron los presidentes de ambos clubes. Florentino Pérez, presidente del club blanco aseguró que el fútbol debe ser un espacio libre de violencia y discriminación apuntando a que es necesario expulsar a los violentos de los estadios. Durante su comparecencia recordó su compromiso al expulsar al grupo Ultra Sur y crear un proyecto de animación basado en animar y no en insultar y menospreciar a los rivales o incluso a los propios jugadores del propio club.

En la misma línea, el entonces presidente del club blaugrana, Josep Maria Bartomeu, explicó el complicado ambiente que se vive desde la expulsión de los Boixos Nois en 2003. Su discurso tuvo un tinte más comprensivo al asegurar que si existe racismo en el fútbol es debido a que el problema surge en la sociedad, no son casos aislados en el deporte y por ello cree que el mundo del deporte se debe volcar para solucionar estos problemas.

2.3 Villarreal CF

Lo primero que señala el club es la importancia de que toda persona vinculada con la entidad castellanense debe, no solo conocer y cumplir con los valores expresados, sino también

⁴ Ver: [Real Madrid y Barcelona, unidos contra el racismo y la discriminación | Deportes | EL PAÍS \(elpais.com\)](#)

declarar explícitamente la renuncia a realizar cualquier tipo de actividad que pudiera entrar en conflicto con los valores del Villarreal C.F (2016). Los valores recogidos en este código se enmarcan bajo el principio de integridad y ética. El club considera indispensable que cualquier persona relacionada con él, deberá actuar bajo los estándares éticos más altos, así como con la máxima integridad para no perjudicar la reputación del club.

Continúan señalando la importancia del juego limpio, entendido por el club como un comportamiento leal, sincero, correcto y respetuoso en el devenir de las actividades deportivas. Esto no sólo hace referencia a los jugadores de forma exclusiva, sino también al resto de agentes involucrados en el desarrollo de la actividad deportiva (árbitros, aficionados, entrenadores...). Al mismo tiempo, muestran su total rechazo hacia cualquier tipo de corrupción entendida como la manipulación de resultados para obtener beneficio económico, que atenta contra el espíritu deportivo, y por ello se comprometen a establecer las medidas pertinentes para prevenir este tipo de actuaciones.

Además, se posicionan en contra de la violencia, la discriminación, acoso, racismo, xenofobia o intolerancia en el deporte. Para el Villarreal CF el deporte solo se puede entender desde el respeto y la igualdad, además, lo consideran un elemento de integración intercultural. El intercambio cultural está a la orden del día en todo el mundo, hoy día debido a la globalización, la convivencia de personas de distintas culturas es un hecho. Pero para que esto sea posible debe de existir un diálogo entre todas las culturas que comparten el mismo espacio vital, eso sí, para que el diálogo ocurra todas los interlocutores deben encontrarse en situación de igualdad y hablar desde el respeto mutuo, aceptando las diferencias culturales para enriquecerse entre ellas mismas. Es por ello que el Villarreal considera el deporte como un elemento de partida para que pueda existir ese diálogo, partiendo desde una afición común como lo puede ser el fútbol.

Rechazan todo tipo de violencia sea cual sea la razón de esta y se comprometen a tomar las medidas pertinentes para evitar y detener, si se da el caso, este tipo de comportamiento. Algo novedoso, respecto al resto de códigos éticos analizados, es su implicación social. La iniciativa consiste en que cada uno de los equipos base apadrina a un centro de la provincia de Castellón, algunos ejemplos son Aspropace (daño cerebral) o Gran Vía (salud mental). Consideran que adoptando esta medida fomentan el crecimiento en valores de los deportistas más jóvenes logrando que sean más conscientes del mundo que les rodea mientras consiguen una mayor inclusión para la gente de estos centros.

Retomando lo comentado anteriormente, para asegurarse de que toda persona vinculada con el club cumple con el código ético, el Villarreal CF les obliga a firmar una declaración donde se recoge que dicha persona se compromete a cumplir con lo establecido en el código de conducta. El club impondrá sanciones disciplinarias contra cualquier persona o entidad que incumpla cualquier aspecto del código. Las sanciones se aplicarán siguiendo el Convenio Colectivo que resulte de aplicación, como en el Código Disciplinario del Club y en el Reglamento de Régimen Interno.

El Villarreal es plenamente consciente del problema que supone el acoso o cualquier tipo de violencia, por ello trabajan para que todo su ecosistema deportivo se base en la diversidad, asegurando un espacio de trabajo libre de acoso, ya sea este sexual o de cualquier otro tipo. A su vez se compromete a no atentar contra la dignidad de ningún país o persona mediante alguna declaración o acto.

Respecto a las medidas tomadas por el club si hay algún tipo de incumplimiento del código, el Villarreal señala que se comunicará dicha infracción al Órgano de Supervisión y Control. El club también se compromete a salvaguardar la integridad de todas las personas que denuncian un posible incumplimiento del código. Para llevar a cabo la tarea de asegurar la confidencialidad de los posibles denunciadores, el club ha creado un email para denunciar las posibles infracciones, eso sí, remarca que es una dirección de correo electrónico para las personas vinculadas con el Villarreal, lo que supone que las personas no vinculadas al club no cuentan con un medio para denunciar posibles incumplimientos.

Para concluir, el código ético del Villarreal, a pesar de ser menos extenso que el de sus homólogos de la liga, está mejor estructurado que los anteriores. Expone claramente sus valores de forma directa y concisa, sin enredos. Deja clara cuál es la postura del club en lo referente al juego limpio, señala con énfasis cómo cualquier tipo de violencia o acoso no tiene cabida en el fútbol, ni en ninguna parte. En relación, se puede mencionar un caso concreto acontecido durante un partido entre el Villarreal y el FC Barcelona, cuando un aficionado *groguet* tiró un plátano al campo justo cuando Dani Alves, ex jugador del club catalán de origen brasileño estaba en el córner. A pesar de que la respuesta de Alves fue considerada hasta cómica, por el hecho de que agarró el plátano y le dio un bocado, la respuesta del Villarreal no se hizo esperar. Localizaron al causante del incidente, le retiraron el carnet de socio y tiene prohibido entrar al campo del Villarreal de por vida.

De este modo, muestra su implicación para erradicar cualquier tipo de violencia y abogar por el juego limpio, ya que la única manera de entender el deporte debería ser desde el respeto y la diversidad, como bien hace el conjunto castellonense. También merece recordar la labor social que realiza el Villarreal, apostando por la inclusividad y apoyando a los centros especiales de la Provincia de Castellón, algo novedoso dentro del mundo del fútbol, que aprovechan para educar a los futbolistas de la cantera en valores de inclusión, respeto y humildad. Si bien es cierto que no cuentan con ninguna fundación como sí lo hacen los otros tres clubes, parece que su acción solidaria se centra en lo comentado anteriormente, por lo que se gestiona directamente desde el club y no desde una fundación.

2.4 Valencia CF

Al contrario que el resto de clubes analizados, la estructura de este código (Valencia, 2021) señala primero el ámbito de aplicación, el canal de denuncias y la actuación contra las posibles infracciones, y deja para el final los valores que representan a la institución. La postura del club es clara al respecto del objetivo del código de conducta, siendo este señalar de forma concisa cuáles son los principios del club por los que se tendrán que regir todos los agentes vinculados al mismo. El club se compromete a difundir este código entre todo el personal relacionado con el club, además, estos deberán aceptar actuar bajo las premisas establecidas en este código, eso sí, no menciona que lo hagan de forma contractual como en el caso del Villarreal.

El Valencia espera de sus empleados y distintos colaboradores, así como de sus directivos, un gran compromiso a la hora de cumplir con los principios del código. Los empleados deberán informar a su superior jerárquico, el Órgano de Compliance, de cualquier incumplimiento o vulneración de las conductas recogidas en este código. Los encargados de supervisar el trabajo de otros cuentan con la tarea de fomentar el cumplimiento del código y de su difusión.

En cuanto a las sanciones, si algún empleado o directivo del Valencia CF incumple cualquier punto reflejado en este código de conducta, a parte de las responsabilidades penales que pueda conllevar, el club considerará que el acto de no respetar las normas y órdenes de la empresa podrá constituir en la rescisión del contrato. Hace referencia a empleados y directivos, pero desconocemos si esto se aplica también a los jugadores, ya que rescindir el contrato de estos suele conllevar una suma de dinero importante para el club, a no ser que en el propio contrato de los jugadores especifique claramente que un incumplimiento del código puede acarrear la

rescisión del contrato, pero, es algo que no podemos saber con certeza, ya que los contratos de los jugadores no son públicos.

Para solventar los posibles incumplimientos del código, el club posee un canal de denuncias. Como es habitual se trata de un canal seguro que garantiza la confidencialidad de todos los denunciantes, al igual que en los otros clubes, las denuncias serán tramitadas por el Órgano Compliance, que es el encargado de asegurar que todos los miembros del Valencia se comporten según lo establecido en el código. Las denuncias se pueden tramitar a través de un correo electrónico y en ningún momento se señala que sea de uso exclusivo para los miembros del club, por lo que se sobreentiende que cualquier persona puede hacer uso del mismo si es oportuno.

Entrando en la materia de los valores, el Valencia reconoce la dificultad de conocer todas las leyes de los países donde pueden actuar en algún momento, por ello, además de estar comprometidos con el cumplimiento de las leyes, quieren que todos sus miembros se rijan por la honestidad y la integridad. Respecto a la lucha contra la corrupción, el club Ché declara que ninguno de sus empleados puede aceptar sobornos o regalos ni realizarlos para obtener alguna clase de beneficio. Una característica novedosa respecto al resto de códigos analizados es la preocupación por el medio ambiente teniendo en cuenta la normativa medioambiental, de gestión de residuos y de manipulación de sustancias peligrosas.

Además, el club se compromete a generar y mantener un espacio de trabajo seguro, creando entornos donde prime la confianza y el respeto mutuo, así como el trabajo en equipo, si bien es cierto que no especifican cómo. Queda terminantemente prohibido el abuso de autoridad o de cualquier otro tipo de comportamiento que pudiera comprometer el ambiente de trabajo sano y convertirlo en hostil o discriminatorio, ya que el club aboga principalmente por la igualdad y la diversidad.

Otro aspecto fundamental de este código es la protección de los menores de edad. Desde el Valencia CF son conscientes de que parte de su actividad se centra en formar a niñas y niños no solo a nivel profesional, sino también personal, ya que los niños y niñas son esponjas en edades tempranas, por eso se comprometen a proteger sus derechos y en especial los miembros de las categorías inferiores deberán extremar su precaución a la hora de tratar con los deportistas menores de edad.

Respecto a los discursos de odio, la política del club es bastante clara, por ello condena cualquier discurso intolerante que se pueda asociar al club. Siguiendo la estela del Real Madrid CF y el FC Barcelona, el Valencia CF también optó por expulsar al grupo ultra Yomus de su estadio. El punto de inflexión llegó el 9 de octubre de 2017 cuando varios miembros de este grupo de extrema derecha protagonizaron una serie de agresiones en una manifestación por la lengua en el centro de Valencia. Este pulso entre el Valencia y dicho grupo ultra viene de largo, lo cierto es que muchas directivas han permitido a lo largo de los años (Yomus nace en 1983 pero se radicaliza a partir de la década de los noventa) la entrada de simbología fascista e insultos de todo tipo, no solo a las aficiones y jugadores rivales, sino también con cualquier aficionado o jugador del Valencia que fuera en contra de ellos.

A partir de 2015 el club comenzó a perseguir todo tipo de simbología relacionada con la xenofobia y la intolerancia, así como prohibir las banderas franquistas y nazis. La alternativa era crear una nueva grada de animación joven, pero esta se vio amenazada por los Yomus, consiguiendo incluso que no animaran al club. Este hecho de amenazar y silenciar la nueva grada de animación fue la gota que colmó el vaso. Desde el 17 de agosto de 2019 las gradas de animación no cuentan con ningún ultra, o no de forma evidente. Ante esta situación el club emitió un comunicado oficial para aclarar la situación

El grupo ultra formó una asociación y registró una serie de cánticos alegando derechos de autor y avisando al club de que si estos cánticos eran escuchados de nuevo en Mestalla la asociación emprendería acciones legales. Desde el club la postura era clara, la amenaza no tenía ningún tipo de fundamento legal y solo buscaba infundir miedo para que no hubiera cánticos en Mestalla con la esperanza de ser readmitidos por el club. Así mismo, varias personas pertenecientes a la nueva grada de animación reportaron las amenazas recibidas por parte de los ultras no solo a nivel legal, sino también contra su integridad física. Como respuesta, ponen el apartado jurídico del Valencia al servicio de cualquier persona que haya recibido este tipo de amenazas, habilitando un correo para denunciar, de forma totalmente confidencial para la protección del denunciante. Este pulso fue lo que empujó definitivamente la expulsión de los Yomus y la creación de una grada de animación libre sin vinculación con los antiguos ultras y su mensaje de odio.

Para concluir, teniendo en cuenta los aspectos más relevantes de un código ético, el Valencia CF sale mal parado en la comparación con sus homólogos de la liga. El código es bastante escueto y se centra más en los aspectos técnicos que en los valores, gastando la mayor parte

del texto en aclarar el ámbito de aplicación y las posibles consecuencias, más que en explicar cuáles son los valores del club, así como las herramientas que se van a utilizar para luchar contra la violencia en el deporte. Si bien es cierto que ninguno de los códigos profundiza en este aspecto, tanto el club blanco como el club blaugrana cuentan con fundaciones encargadas de, mediante el deporte, acabar con la violencia y las desigualdades. El Valencia CF también cuenta con una fundación, pero parece más centrada en la ciudad de Valencia, como señala su misión, que se divide en tres objetivos: divulgar el espíritu y patrimonio del Valencia CF entre los valencianos; devolver a la sociedad valenciana su apoyo cuidando a los menos favorecidos; e impulsar un sentimiento de pertenencia y arraigo a Valencia.

Si bien menciona en su misión a los menos favorecidos, solo hace referencia a la ciudad de Valencia, algo que se puede llegar a entender si se compara el poderío económico del Valencia CF con el del FC Barcelona y el Real Madrid CF, por lo que estos últimos pueden permitir llevar su misión más allá de sus ciudades. En comparación con el Villarreal CF, ambos se centran en sus ciudades natales a la hora de aportar soluciones a problemas a través del deporte. En este caso la Fundación del Valencia CF tiene en el Valencia CF incluso una de sus mayores actividades, se trata de fomentar el desarrollo integral de sus componentes a través de la práctica del fútbol, adaptado a sus capacidades e intereses. Un fútbol por todos, para todos y entre todos.

A continuación, se procederá a realizar unas pequeñas conclusiones en base a los códigos analizados que permitirá tener una visión más concreta de los cuatro códigos al mismo tiempo, así como una comparación entre ellos para averiguar su grado de implicación.

3. Resultados del análisis

En el presente apartado se disponen los resultados generales obtenidos en el análisis de los anteriores códigos éticos.

En primer lugar, cabe señalar que la implicación de los clubes respecto a la RSE ha ido aumentando desde los últimos cinco años, ya que de los códigos analizados, el más antiguo es el del FC Barcelona con fecha en 2010, pero actualizado el 4 de julio de 2016. Esto demuestra una respuesta a las nuevas demandas ciudadanas, ya no resulta suficiente limitarse a ser un equipo de fútbol, todas las entidades deportivas analizadas funcionan como empresas y se les deben exigir las mismas responsabilidades. A nivel de importancia y reconocimiento mundial, pocos se pueden codear con el Real Madrid CF y el FC Barcelona y tampoco se puede dudar de la influencia, aunque menor, del Valencia CF y el Villarreal CF, es por ello que su implicación ética debe ser exigida por parte de sus grupos de interés. Por lo que, a pesar de que este análisis se haya centrado en los valores que promueven estos equipos, no se puede dejar de lado su faceta empresarial, de ahí también la necesidad de abordar el marco ético inicial sobre la ética empresarial dialógica.

En segundo lugar, la conclusión general es que todos adoptan parte de los valores relacionados con el *fair play* como el respeto, la honestidad y la lucha, aunque unos en mayor medida que otros. Por ejemplo, el del club madrileño es bastante explícito a la hora de mencionar los problemas de la violencia, el racismo y la intolerancia, mientras que el Valencia CF dedica un espacio reducido aunando todos estos problemas bajo los discursos de odio. Por otro lado, tanto el FC Barcelona como el Villarreal CF mencionan estos problemas del mismo modo que el Real Madrid CF, pero en menor medida. Lo cierto es que la cantidad de veces que aparece representado este problema en los códigos éticos no tiene por qué estar relacionado con la implicación de cada club, pero se puede considerar un punto de partida.

La realidad es que ningún club menciona en el propio código ético las medidas tomadas para combatir con los distintos tipos de violencia a través del deporte. Esta cuestión plantea diversas preguntas y dudas sobre los métodos seguidos para implementar las cuestiones planteadas en los mismos. No queda claro si muchas de las acciones y actos que estarían dirigidos al cumplimiento del código ético en cuestión los realizan a través de sus fundaciones, salvo el Villarreal CF, que al no contar con fundación pasa todo por el club de fútbol. Tampoco se

puede descartar el hecho de que se trate de papel mojado, de mostrar una implicación por escrito pero luego no hacer más que actos testimoniales contra el racismo que poco solucionan.

Teniendo en cuenta las fundaciones de los distintos clubes, así como el propio Villarreal, sí que es cierto que realizan actos sociales para prevenir y evitar la violencia, así como la exclusión de los más desfavorecidos. Como ya se ha comentado en el apartado del FC Barcelona, su implicación social va mucho más allá del deporte, puesto que se encuentran en los campos de refugiados ofreciendo ayuda a los más necesitados. Los demás clubes también realizan actos sociales como las escuelas sociodeportivas del Real Madrid CF, donde dan la oportunidad a niños, niñas y adolescentes hasta los 17 años de jugar al fútbol independientemente de sus capacidades o condiciones. Por otro lado, se encuentra el Villarreal, donde sus clubes base apadrinan centros especiales de Castellón como el de Gran Vía, dedicado a la salud mental. Por su parte el Valencia CF cuenta con un equipo inclusivo que participa en la liga Genuine, dando la oportunidad de practicar este deporte a todos, ya que se adapta a las necesidades especiales de cada uno.

En lo referente a la corrupción, también mencionada en el *fair play*, todos los equipos hacen especial hincapié en combatirla y prevenirla. Todos señalan que queda terminantemente prohibido amañar partidos y se comprometen a prevenir este tipo de actuaciones, si bien sin determinar el modo. Al hablar de regalos de terceros que pudieran considerarse una especie de soborno para conseguir favores, todos los clubes al unísono aclaran que solo se aceptarán obsequios con valor simbólico para no incurrir en ningún tipo de fraude. Pero a pesar de ser muy concisos a la hora de rechazar cualquier tipo de corrupción, no aclaran en ningún momento las medidas utilizadas para prevenir este tipo de actos.

Por lo que el resumen general de los códigos analizados sería que son concisos en los valores que defienden y los principios que siguen, pero no son nada transparentes en los métodos para alcanzar la consecución de dichos valores, lo que plantea diversas dudas sobre la aplicación y seguimiento de los principios establecidos en los mismos. Así pues, estas dudas plantean líneas de investigación futuras centradas en la identificación de la existencia, o no, de mecanismos concretos para aplicar y articular los valores y principios de los códigos en los diferentes clubes analizados.

Conclusiones

El presente trabajo se ha centrado en el análisis de una muestra de códigos éticos de diversos equipos de fútbol de la Liga española, entendiendo el código ético como una herramienta de la RSE, enmarcada en la ética empresarial y la ética del deporte.

Así pues, el objetivo principal de este trabajo ha sido identificar los valores principales de los equipos de fútbol de la Liga española y los compromisos morales que de ellos se derivan, a través de un análisis crítico de sus códigos éticos para constatar el grado de influencia de la ética empresarial dialógica y la ética del deporte en los mismos.

En segundo lugar, analizar los códigos éticos del FC Barcelona, el Real Madrid CF, el Valencia CF y el Villarreal CF. para comprobar los valores éticos reflejados en dichos códigos y si estos entran en confluencia o reflejan la lógica del *fair play*.

En tercer lugar, tras realizar el análisis previo, se ha reflexionado sobre los resultados para establecer una serie de conclusiones. Los resultados generales reflejan que todos los equipos analizados muestran en mayor o menor medida un grado de implicación medio sobre las problemáticas relacionadas con el *fair play*, pero lo cierto es que podría estar explicitado de forma más clara y sustentado en acciones concretas, que han resultado difíciles de encontrar y que plantean ciertas dudas al respecto, como se ha comentado en el apartado anterior.

Como ya se ha comentado en el apartado de los resultados de los análisis, existe un grado de implicación sobre los valores reflejados en el *fair play* aparentemente elevado por parte de los equipos analizados, ya que, si bien es cierto que aparecen reflejados en los códigos, no lo hacen las herramientas que se utilizan para combatir este tipo de problemáticas como el racismo, la intolerancia, el acoso, etc. Esta realidad genera una sensación de falta de transparencia o, lo que puede ser peor, de un compromiso del club explicitado por escrito que no se traduce en actos claros. Así pues, si nos ceñimos exclusivamente a los códigos, la sensación es de cierto abandono hacia las promesas establecidas en el propio código, pero si ampliamos hacia las fundaciones de los clubes, sí que encontramos esas herramientas que utilizan para combatir la violencia, la desigualdad, el acoso, la discriminación, etc. Esto nos hace pensar que posiblemente exista una confusión entre el marco de sentido de la ética empresarial y las acciones que en su seno se deberían implementar en función del código ético de cada club, y los principios derivados de la lógica de la acción social reflejada en las diversas fundaciones. Y

es que, si bien las acciones sociales pueden formar parte de la gestión ética de una entidad, y de hecho así es, no deben ser las únicas acciones sobre las que se configure su sentido ético.

Debido a las limitaciones de espacio relativas a la realización de cualquier trabajo, quedan algunas cuestiones abiertas para su tratamiento en futuros trabajos, con lo que algunas de las líneas de investigación que se abren frente a nosotros se centrarían en una ampliación del análisis de los códigos éticos de todos los equipos de la Liga española, para poder obtener así una imagen más fiable del contexto estatal en este sentido. Además, cabría conocer qué otros mecanismos o figuras éticas como por ejemplo auditorías, existen en estos equipos. Por último, nos interesa especialmente para futuros trabajos conocer los mecanismos concretos de dichos equipos para luchar contra problemas sociales como el racismo o la xenofobia.

Bibliografía

- Comisión Europea. 2001. *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas, 18.7.2001, COM (2001) 366 final. [https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)
- Conill, Jesús. 2004. *Horizontes de economía ética. Aristóteles, Adam Smith, Amartya Sen*. Madrid: Tecnos.
- Cortina, Adela. 1994. *Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: Trotta.
- FC Barcelona. 2016. *Codi d'Ètica i Conducta*. FC Barcelona: Barcelona. [656471.pdf](#) (fcbarcelona.com)
- García-Marzá, Domingo. 2004. *Ética empresarial: del diálogo a la confianza*. Madrid: Trotta.
- García-Marzá, Domingo. 2005. "Diálogo y responsabilidad: Bases éticas de la confianza en la empresa". *Revista cuatrimestral de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*, 64: 91-108.
- García-Marzá, Domingo. 2007. "Responsabilidad social de la empresa: una aproximación desde la ética empresarial", *Veritas* 2 (17): 183-204.
- García-Marzá, Domingo. 2012. "Ética de la empresa: un marco ético para la responsabilidad social de la empresa". *Debats* 116: 54-63.
- González-Esteban, Elsa. 2007. "La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa". *Veritas* 2 (17): 205-24.
- González-Esteban, Elsa. 2012. "El modelo de empresa plural desde el enfoque de los stakeholders". *Debats* 116: 71-80.
- Guttman, Allen. 1978. *From ritual to record: the nature of modern sport*. New York: Columbia University Press.
- Huizinga, Johan. 1946. *Homo ludens*. Torino: Einaudi.

- Kretchmar, Robert S. 1984. "Ethics and Sport: An Overview." *Journal of the Philosophy of Sport*, 10: 21-32. <https://doi.org/10.1080/00948705.1983.9714398>.
- López Frías, Francisco Javier. 2010. "Reivindicando una ética del deporte como filosofía aplicada: el deporte como cuestión moral." *Dilemata* 2: 17-31.
- López Frías, Francisco Javier. 2011. "Filosofía del deporte: Origen y desarrollo." *Dilemata* 2 (5): 1-19.
- Mintzberg, Henry. 1991. *Mintzberg y la dirección*. Madrid: Diaz de Santos, 389-395.
- Real Madrid CF. 2017. *Código Ético*. Real Madrid CF: Madrid. [CODIGO ETICO REAL MADRID.pdf \(fepemac.com\)](#)
- Sebastián Solanes, Raúl Francisco. 2014. "La ética del deporte en el contexto filosófico contemporáneo: Consideraciones desde una ética hermenéutica Crítica." *Citius, Altius, Fortius* 7 (2): 83-103.
- Valencia CF. 2021. *Código de Conducta*. Valencia CF: Valencia. [Cod Conducta VCF.pdf \(valenciacf.com\)](#)
- Villarreal CF. 2016. *Código Ético*. Villarreal CF: Villarreal. [Manual cumplimiento normativo.pdf \(villarrealcf.es\)](#)