

#RET

Revista Española de la Transparencia

Núm. 7. Segundo Semestre 2018

ISSN 2444-2607. Págs. 49-69



María Díez-Garrido
Universidad de Valladolid¹



Eva Campos Domínguez
Universidad de Valladolid²

Los periodistas ante la transparencia en España: Valoración y uso de la apertura informativa



RECIBIDO: 4 de noviembre de 2018
ACEPTADO: 31 de diciembre de 2018

«Este artículo se ha realizado con el apoyo del proyecto de investigación "Estrategias, agendas y discursos en las cibercampañas electorales: medios de comunicación y ciudadanos (2017-2020)" de la Universitat de València, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (CSO2016- 77331-C2-1-R)»

¹ María Díez-Garrido es investigadora predoctoral en Comunicación en la Universidad de Valladolid, graduada en Periodismo y máster en Investigación de la Comunicación como Agente Histórico-Social. Ha participado en varios proyectos de investigación financiados en la Universidad Ramón Llull, la Universidad de Valencia y la Universidad Complutense de Madrid. Sus trabajos se han centrado en la comunicación digital, la transparencia y el gobierno abierto.

² Eva Campos es profesora de Periodismo en la Universidad de Valladolid, licenciada en Periodismo, doctora en Comunicación y premio Extraordinario de Doctorado (UCM, 2009). Ha participado en numerosos proyectos de investigación financiados y realizado estancias de investigación postdoctoral en centros nacionales e internacionales. Sus investigaciones exploran la comunicación digital, la transparencia y el estudio de los emisores políticos en la esfera digital.

María Díez-Garrido y Eva Campos Domínguez

RESUMEN: La transparencia ha pasado en los últimos años a ser un pilar básico de las democracias contemporáneas (Monavarian et al., 2016). El periodismo, que tradicionalmente se ha conocido como el cuarto poder en las democracias occidentales, ha sido una de las disciplinas más afectadas por la apertura y transparencia en el siglo XXI. Este trabajo explora la percepción que los periodistas tienen sobre la transparencia en España y analiza el uso que estos profesionales realizan de los datos abiertos ofrecidos por instituciones y organismos. También estudia su valoración de la transparencia de las distintas instituciones e indaga en la utilidad que tienen los datos para estos. Para ello, se han realizado cuestionarios a periodistas españoles distribuidos por toda la geografía del país. Los resultados muestran una opinión negativa sobre la normativa actual y un escaso uso de los datos por parte de los profesionales de la información.

PALABRAS CLAVE: Periodismo, transparencia, comunicación, datos abiertos, España.

CONTENIDOS: 1. Introducción. - 2. El marco legal de la transparencia y su influencia en el ejercicio del periodismo. - 3. Objetivos e hipótesis - 4. Metodología. - 5. La percepción y el uso de la transparencia por los periodistas españoles. - 6. Conclusiones y discusión - Bibliografía.

Journalist' view of transparency in Spain: valuation and use of the informative openness

ABSTRACT: In recent years, transparency has become a basic element of contemporary democracies (Monavarian et al., 2016). Journalism, which has traditionally been known as the fourth power in Western democracies, is one of the disciplines most influenced by transparency and open data in the 21st century. This work explores the perception that journalists have about transparency in Spain and analyzes the use by these professionals. It also studies their assessment about transparency of different institutions and the usefulness of these open data for them. For this purpose, we have carried out questionnaires to Spanish journalists distributed throughout the country. The results show a negative opinion about the current regulations and a limited use of data by these professionals.

KEYWORDS: Journalism, transparency, communication, open data, Spain.

Los periodistas ante la transparencia en España: Valoración y uso de la apertura informativa

1. INTRODUCCIÓN.

El acceso a grandes cantidades de datos que surge con la proliferación de Internet ha transformado a las sociedades democráticas y al campo periodístico en particular. La disponibilidad de información está permitiendo el desarrollo de democracias monitorizadas, es decir, aquellas que se someten de forma constante a una fiscalización y a un escrutinio público (Feenstra, 2013). Esto es posible gracias a la difusión de información en la Red y a las capacidades de la ciudadanía y de los periodistas de controlar el poder a través del análisis de los datos ofrecidos (Casero-Ripollés, 2015).

Internet ofrece nuevas herramientas con las que analizar la información, al mismo tiempo que también ha impulsado el desarrollo de la transparencia, que se puede definir como el acceso libre a la información pública y a las decisiones tomadas por los poderes públicos. Dicha información debe ser accesible, completa, gratuita y confiable (Armstrong, 2005).

La transparencia no solo contribuye a la evolución de la democracia monitorizada, sino que reduce la desconfianza de la ciudadanía en la clase política, así como su desafección (Rebolledo et al., 2016), pues permite que los poderes políticos estén más controlados. Además, ayuda a reducir los niveles de corrupción (Armstrong, 2005) y potencia la eficiencia política (Meijer et al., 2015).

Se puede diferenciar entre dos tipos de transparencia según la actitud del agente que publica la información. En primer lugar, se encuentra la transparencia activa, que engloba aquellos datos difundidos por el propio sujeto de forma voluntaria en una plataforma digital donde estos datos estén publicados de forma accesible y se actualicen periódicamente (Rubio, 2011). Por otro lado, se halla la transparencia pasiva, que son los datos publicados como fruto de una solicitud de información por parte de otro sujeto. Para que esta funcione, deben existir mecanismos que la regulen, como un sistema para pedir dichos datos y unos plazos en los que se deben resolver las solicitudes (Sheffer Corrêa, Pizzigatti Corrêa, y Corrêa da Silva, 2014). Ambos tipos de transparencia, tanto la pasiva como la activa, pueden servir a los profesionales del periodismo para desempeñar diferentes usos. La activa, para obtener datos e bruto sobre muy diferentes temas, y la pasiva, para solicitar a las administraciones informaciones que no están publicadas y que pueden resultar de interés para la redacción de un reportaje o una pieza periodística.

La transparencia debe estar regulada de forma legal para garantizar el derecho de acceso a la información por ambas vías (activa y pasiva), de forma que la ciudadanía pueda controlar la información pública y hacer uso de ella. En este sentido, los periodistas tienen un gran poder al tener acceso a esta información y sus utilidades pueden ser muy variadas, que es precisamente lo que se pretende analizar en esta investigación.

2. EL MARCO LEGAL DE LA TRANSPARENCIA Y SU INFLUENCIA EN EL EJERCICIO DEL PERIODISMO.

2.1. La tardía regulación de la transparencia en España.

España ha sido uno de los países de la Unión Europea que más ha tardado en reconocer el derecho de acceso a la información en una norma legal. Este retraso temporal respecto a otros países de Europa y a otras partes del mundo se debe fundamentalmente a la escasa cultura de la transparencia y a la opacidad de las administraciones que han imperado siempre en el país (Villoria, 2014). En 2004 el PSOE ya incluyó la regulación de la transparencia como una de sus propuestas de gobierno, pero finalmente pusieron el foco en otros asuntos cuando estuvieron en el poder, fundamentalmente debido a la crisis económica que atravesó España. La enorme desafección ciudadana y las exigencias por parte de diversos movimientos sociales –desde el 15-M hasta organizaciones especializadas– comenzaron a exigir una mayor transparencia durante los siguientes años (Morales et al., 2015). Así, comenzó a crearse en la ciudadanía española una conciencia social a favor de la transparencia, muy influida por los casos de corrupción que se iban destapando.

A finales de 2013 se aprobó la Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, propuesta por el Partido Popular. Su aprobación trajo consigo diversos debates al respecto, ya que el PP solamente consiguió el apoyo en el Congreso de los Diputados del PNV y CiU, mientras que el resto de grupos votaron en contra. También en algunas comunidades autónomas

La Ley 19/2013, de 9 de diciembre, afecta a diferentes sujetos, entre las que se encuentran las Administraciones Públicas, los organismos autónomos, las Agencias Estatales, las entidades públicas empresariales y las entidades de Derecho Público, las instituciones autonómicas análogas; las sociedades mercantiles con una participación superior al 50%; las fundaciones del sector público. Asimismo, aunque no les afectan todas las disposiciones, sí que cuentan como sujetos obligados los partidos políticos y organizaciones sindicales, organizaciones empresariales, entre otros.

La norma estatal se divide en tres partes fundamentales, algunas de las cuales ya se adelantan en el título:

- **Publicidad activa:** Se determinan una serie de datos que los sujetos están obligados a publicar en sus sedes electrónicas. Esta información tiene que ver con la estructura, la normativa regulatoria, la composición, las retribuciones de los altos cargos y otras informaciones de cada institución u organismo. Según el organismo del que se trate, tienen más o menos exigencias. Así, las instituciones públicas tienen el deber de publicar más datos que los sindicatos o los partidos políticos.
- **Acceso a la información:** Reconoce el derecho de la ciudadanía de realizar peticiones de información a las instituciones públicas y establece un

Los periodistas ante la transparencia en España: Valoración y uso de la apertura informativa

protocolo concreto. Además, se especifican algunos límites al Acceso a la Información.

- Buen Gobierno: Se establecen una serie de principios de dedicación, imparcialidad e igualdad que deben ser respetados por las personas que componen el Gobierno, los Secretarios de Estado y los altos cargos de la Administración y de las entidades del sector público.

La Ley de Transparencia también crea y regula el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno. Se trata de un órgano independiente que, entre otras funciones, se encarga de garantizar que se cumpla la ley, así como de gestionar las reclamaciones de la ciudadanía cuando una institución les rechaza una petición de información.

Como se ha mencionado anteriormente, esta norma se aprobó con el voto en contra de numerosos grupos parlamentarios en el Congreso. Las principales razones del rechazo de otros partidos fueron el silencio administrativo negativo, los trámites para solicitar información, la prevalencia de la Ley de Protección de Datos sobre la de Transparencia, entre otros³. Estas quejas provocaron que diferentes organismos civiles, como Transparencia Internacional, Access Info Europe y la Fundación Ciudadana Civio propusieran algunas mejoras y lamentasen sus limitaciones⁴. Estas entidades criticaron que la norma no reconociera el derecho a la información como fundamental, la adscripción al Ministerio de Hacienda del Consejo de Transparencia y las escasas exigencias que, según ellos, registra la ley, entre otros.

2.2. La importancia de la transparencia para los periodistas.

El periodismo es, sin duda, una de las actividades profesionales a las que más ha afectado la llegada de la transparencia. No en vano, las máximas de la transparencia y de las normas que la regulan son el sometimiento de la clase política al escrutinio público y el acceso a la información por parte de la ciudadanía (BOE, 2013). La información es precisamente la materia prima con la que trabajan los periodistas y la vigilancia al poder es una de las funciones que se han atribuido al periodismo tradicionalmente (Johnstone et al., 1972). Es por estos intereses comunes por lo que la transparencia y el periodismo están tan relacionados, además de la gran oportunidad que supone para los profesionales la disponibilidad de nuevas fuentes de información en formatos reutilizables.

³ Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados, Pleno y Dip. Perm., núm. 162, de 28/11/2013.

⁴ Posición y consideraciones de Transparencia Internacional España sobre la nueva Ley de Transparencia. Fuente: https://webantigua.transparencia.org.es/ley_de_transparencia/posicion_tie_sobre_nueva_ley_transparencia.pdf (Consulta: 20/06/2018); Fundación Civio (2013), Las organizaciones pro transparencia denunciaremos la tibieza de una ley totalmente insuficiente. Fuente: <https://civio.es/novedades/2013/08/01/las-organizaciones-pro-transparencia-denunciaremos-la-tibieza-de-una-ley-totalmente-insuficiente/> (Consulta: 20/06/2018).

María Díez-Garrido y Eva Campos Domínguez

Los medios de comunicación se ven afectados por la transparencia en un doble sentido. Por un lado, surge un periodismo transparente, en el que los medios promueven una apertura informativa sobre sus procesos y rutinas. En este sentido, los medios de comunicación se ven sometidos a un escrutinio público y a una rendición de cuentas de cara a su audiencia. En los últimos años se ha desarrollado una transparencia mediática «para descubrir su forma de trabajar, para formular contenidos reutilizables y, en definitiva, para aprovechar el capital social del *prosumidor* para colaborar en el proceso informativo» (Campos y Redondo, 2015: 189).

Por otro lado, la transparencia aporta nuevas oportunidades a los periodistas para realizar su trabajo. Los avances tecnológicos y el desarrollo del acceso a la información permiten que la producción de contenidos periodísticos sea cada vez más independiente (Bowles et al., 2014). Por tanto, la transparencia tiene como consecuencias una mayor variedad de temas que tratar gracias a las enormes bases de datos abiertos, una mayor calidad de la información y una forma eficaz y veraz de contrastar los datos, ya que estos son oficiales, completos y certeros.

La transparencia no implica un reemplazo de las rutinas periodísticas tradicionales, sino un complemento a estas, que permite potenciarlas. Un estudio sobre el uso de los periodistas de las páginas web de los candidatos electorales reveló que los datos allí ofrecidos no sustituyen a la información tradicional, sino que son útiles para fortalecer su calidad y hacerla más completa (Chen, 2007). Este aprovechamiento de la transparencia por parte de los medios de comunicación es precisamente lo que se pretende explorar en este artículo.

3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS.

La finalidad de esta investigación consiste en conocer la percepción que tienen los profesionales de la información en España sobre el estado de la transparencia y de los usos que esta les puede aportar en su trabajo. Por tanto, se quiere saber de qué forma valoran los periodistas la apertura de datos por parte de las instituciones y de otros organismos. También se quiere saber qué beneficios les aporta el acceso a la información.

Respecto a los objetivos específicos, destacan los siguientes:

- Conocer su opinión sobre la Ley 19/2013 de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno.
- Analizar el uso de los periodistas de los datos de transparencia ofrecidos por instituciones y organismos.

Los periodistas ante la transparencia en España: Valoración y uso de la apertura informativa

- Estudiar la valoración de la transparencia de las distintas instituciones por parte de los periodistas.
- Explorar la utilidad que tienen los datos abiertos según los periodistas.

Teniendo en cuenta estos objetivos se plantean varias hipótesis:

Hipótesis 1: Los periodistas españoles conocerán lo relativo a la Ley de Transparencia, Acceso a la Información y Buen Gobierno.

Los periodistas constituyen uno de los principales grupos de interés en cuanto a la transparencia (Margetts, 2011; Bowles, Hamilton y Levy, 2014; Groenhart y Bardoel, 2012), ya que la apertura informativa afecta directamente a su trabajo y puede beneficiarles de diversas formas. Por ello, se presupone que los periodistas conocerán la norma y serán conscientes de la apertura de las instituciones.

Hipótesis 2: Los profesionales tienen la percepción de que la situación de la transparencia en España es insuficiente.

La Ley de Transparencia, Acceso a la Información y Buen Gobierno ha recibido muchas críticas en el sector académico y es posible que también las reciba en el sector de la comunicación. A esto se suma un estudio de 2017 en el que diversos periodistas opinaron que la norma no ha contribuido a aumentar la transparencia en España (Rubio Jiménez, 2017). A esto se suman los resultados de un trabajo de Appelgren y Salaverría (2018), que estudia la relación entre los periodistas de datos españoles y la normativa, que concluye que estos profesionales desconfían del «poder de la legislación para inducir a las autoridades públicas a ser totalmente transparentes» (Appelgren y Salaverría, 2018:9).

Hipótesis 3: Los periodistas hacen poco uso de los datos abiertos que publican instituciones y organismos.

El planteamiento de esta hipótesis se basa en el estudio ya mencionado de Rubio Jiménez (2017) en el que expuso que los periodistas no utilizan estas herramientas de una forma significativa.

También se plantean las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Qué mejoras plantean los periodistas respecto a la Ley de Transparencia?
- ¿Qué instituciones u organizaciones piensan que son más y menos transparentes en España?
- ¿Cuál es el rol que los periodistas piensan que tienen respecto a la transparencia?

María Díez-Garrido y Eva Campos Domínguez

- ¿Qué beneficios ven los periodistas en las herramientas de transparencia?

4. METODOLOGÍA.

Para poder cumplir los mencionados objetivos se elaboró un cuestionario que se remitió a las asociaciones pertenecientes a la Federación de Asociaciones de Periodistas de España para que los asociados pudieran responder a través de un formulario *online* de carácter semi-cuantitativo. La cumplimentación del cuestionario se realizó entre los meses de abril y mayo de 2018.

El cuestionario divide en dos bloques: el de valoración de la situación de la transparencia en España y el de uso y utilidad de las herramientas de transparencia para los periodistas:

4.1. Valoración de la situación de la transparencia en España.

En esta parte del cuestionario se pretendió conocer la opinión y valoración de los profesionales de la Comunicación en diferentes ámbitos de la transparencia. De este modo, se midió la opinión acerca de la Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, de forma que expusieron si les parece que cuenta con suficientes medidas o no. En el caso de que los periodistas considerasen que necesitara mejoras, se pidió a los profesionales que dijeran en qué apartado de la norma (Publicidad Activa, Acceso a la Información o Buen Gobierno). A continuación, en el cuestionario se cuestionó si los datos publicados en Portal de Transparencia del Gobierno de España—creado a partir de la Ley de Transparencia—se consideran suficientes.

Por último, se pidió a los periodistas que eligieran entre una lista cuál consideran que es la institución u organismo más transparente, así como el menos transparente. Esta estaba compuesta por el Gobierno de España, los gobiernos autonómicos, los ayuntamientos, las diputaciones, los sindicatos, los partidos políticos, la Iglesia, las Fuerzas de la Seguridad, los medios de comunicación y las ONG.

4.2. Uso y utilidad de las herramientas de transparencia para los periodistas.

La segunda parte del cuestionario pretendió conocer el uso que los periodistas hacen de las herramientas de transparencia, así como la utilidad que los comunicadores piensan que tienen estos elementos de cara al ejercicio de su profesión.

En primer lugar, se les pregunta si usan a diario los datos ofrecidos en los diferentes portales de transparencia de organizaciones e instituciones y, en caso afirmativo, cada cuánto tiempo visitaban estas páginas web.

Los periodistas ante la transparencia en España: Valoración y uso de la apertura informativa

También se quiso saber la forma en la que los periodistas creen que la transparencia les puede beneficiar en su trabajo, de forma que se les dio varias opciones entre las que tenían que seleccionar una: los datos abiertos suponen nuevas fuentes a las que acudir; las peticiones de información pueden ser útiles para realizar reportajes, noticias, etc.; la información publicada ayuda a entender la realidad; la transparencia supone un contacto directo con los políticos; la transparencia no es útil para los periodistas.

En la siguiente pregunta se les solicitó que expresaran cuál es el rol principal de los periodistas respecto a la transparencia, la vigilancia del poder o la difusión de información objetiva.

En las dos últimas pidieron dos valoraciones del 1 al 10 sobre el aprovechamiento de los medios de comunicación de los datos publicados en portales de transparencia y sobre el aprovechamiento personal del periodista que contesta al cuestionario de estos mismos elementos.

En todas las preguntas se añadió una opción para cumplimentar con una frase, en caso de que los encuestados no se identificaran con ninguna de las respuestas planteadas en el cuestionario. Asimismo, se les ofreció un espacio para expresar cualquier comentario y/o sugerencia al respecto.

Al final del cuestionario, se pidió a los periodistas que introdujeran algunos datos de identificación, como su sexo, su edad, su cargo profesional y el lugar en el que ejercen su trabajo.

5. LA PERCEPCIÓN Y EL USO DE LA TRANSPARENCIA POR LOS PERIODISTAS ESPAÑOLES.

El cuestionario explicado fue enviado a todas las asociaciones de prensa pertenecientes a la Federación de Asociaciones de Periodistas de España que enviasen a sus asociados el cuestionario, además de a los diversos colegios profesionales existentes en el país. Solamente siete de estos organismos aceptaron enviar el cuestionario: la Asociación de Prensa de Málaga, la Asociación Salmantina de Periodistas, la Asociación de la Prensa de Valladolid, la Asociación de Informadores de Elche, la Unió de Periodistes Valencians, el Colegio de Periodistas de Murcia y el Colegio de Periodistas de Castilla y León. El cuestionario también se difundió a través de redes sociales para lograr un mayor alcance, ante las escasas respuestas recibidas por parte de las organizaciones oficiales. Se desconoce el número de periodistas que recibieron la encuesta, puesto que las asociaciones no aportaron ese dato.

Finalmente, 103 periodistas respondieron al cuestionario, que supone el 5,86% de los profesionales que responden anualmente al Informe de la Profesión

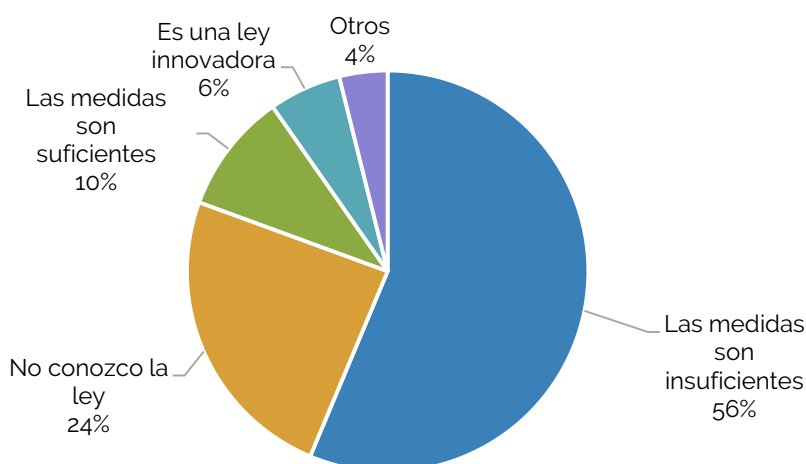
María Díez-Garrido y Eva Campos Domínguez

Periodística realizada por la Asociación de la Prensa de Madrid⁵. Los resultados, por tanto, se consideran exploratorios y se analizarán en este epígrafe.

5.1. Valoración de la situación de la transparencia en España.

La valoración de los periodistas encuestados en cuanto a la Ley de Transparencia, Acceso a la Información y Buen Gobierno fue muy clara: el 56,3% opinó que las medidas son insuficientes. El 24,3% no conocía la norma y solamente el 9,7% valoró que las medidas son suficientes y el 5,8% que es una ley innovadora y referente en el campo. Además, hubo varias personas que aportaron respuestas alternativas. Dos de ellas aseguraron conocer la norma, pero no suficiente, otra afirmó que no es innovadora pero está en la línea de otras leyes similares y un tercer periodista señaló que su cumplimiento es difícil debido a la nula sanción.

Gráfico 1: Conocimiento de la Ley de Transparencia por parte de los periodistas españoles



Fuente: elaboración propia.

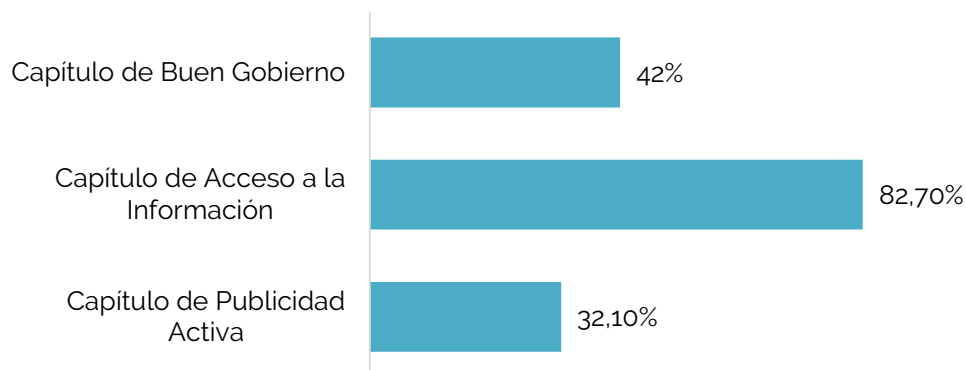
De aquellos que consideraron que la norma necesitaba reformas, el 32,1% indicó que las requería el capítulo de Publicidad Activa, el 82,7% en el de Acceso a la Información y el 42% en el de Buen Gobierno. Se trata de un dato llamativo, pues la solicitud de información se trata precisamente de una herramienta especialmente útil para profesionales de la información. Esto significa que las mejoras de este aspecto supondrían también facilidades en su trabajo.

⁵ Asociación de la Prensa de Madrid (2017) Informe Anual de la Profesión Periodística 2017. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.

Los periodistas ante la transparencia en España: Valoración y uso de la apertura informativa

También llama la atención que solamente el 32,1% considere que la Publicidad Activa necesita mejoras, que también suponen una importante fuente de información para periodistas, frente al Buen Gobierno, que no afecta especialmente al trabajo periodístico.

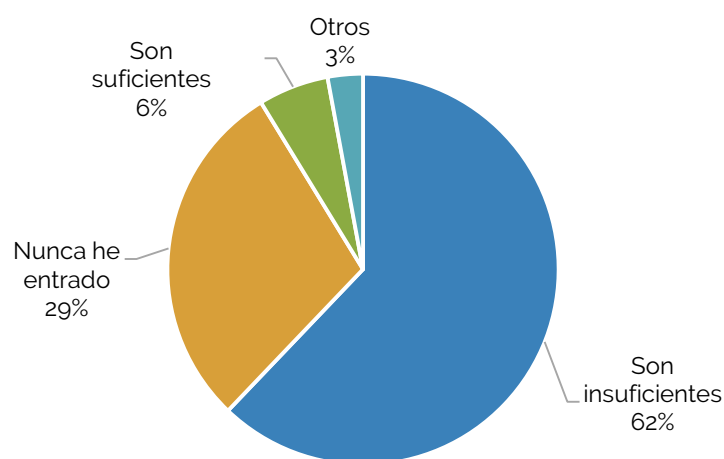
Gráfico 2: Capítulos de la normativa que precisan reformas



Fuente: elaboración propia.

Los periodistas también opinaron acerca del Portal de Transparencia del Gobierno de España, con el que fueron bastante tajantes, ya que el 62,1% consideró que los datos allí publicados son insuficientes. El 29,1% nunca había entrado en el portal y solamente el 5,8% dijo que eran suficientes.

Gráfico 3: Valoración de los datos del Portal de Transparencia del Gobierno de España



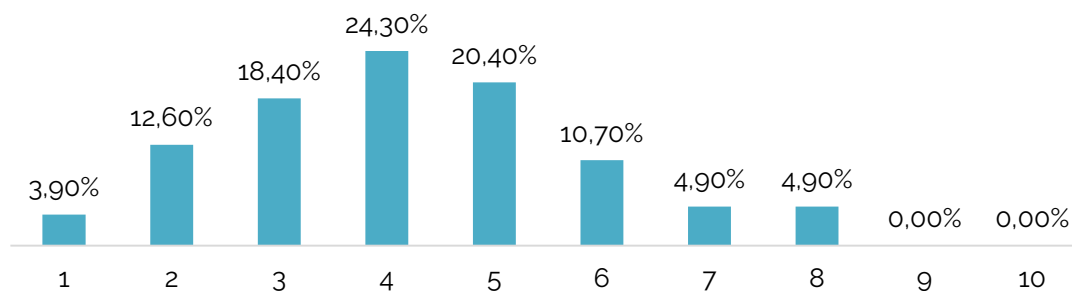
Fuente: elaboración propia.

A estos datos hay que añadir las respuestas alternativas, como la de un periodista que indicó que «prácticamente no hay nada que no estuviera publicado antes» y otra persona que se quejó de que «son difíciles de encontrar». También un periodista destacó el valor de la accesibilidad que deben tener estos datos, pues cuando no hay «va contra la transparencia».

María Díez-Garrido y Eva Campos Domínguez

La valoración de los comunicadores consultados sobre la transparencia de las instituciones españolas resultó negativa y quedó por debajo del aprobado, con un 4,2. De hecho, el 4 fue la nota más votada (24,3%), seguida del 5 (20,4%) y el 3 (18,4%). Ninguno de los encuestados votó una nota por encima del 8 y solo 10 votaron por encima del 7.

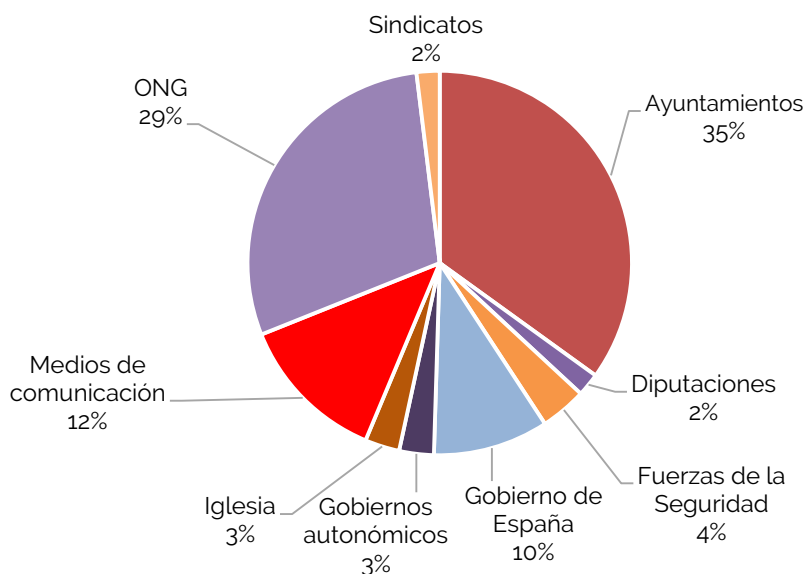
Gráfico 4: Puntuaciones del 1 al 10 de la transparencia de las instituciones



Fuente: elaboración propia.

A continuación, los profesionales juzgaron la institución u organización más transparente de España. La mayor parte de los votos se concentró en los ayuntamientos (35%) y las ONG (29,1%). Les preceden los medios de comunicación (12,6%), el Gobierno de España (9,7%), las Fuerzas de la Seguridad (3,9%), los gobiernos autonómicos (2,9%), la Iglesia (2,9%), los sindicatos (1,9%) y las diputaciones (1,9%). Los únicos organismos a los que ningún profesional votó como los más transparentes fueron los partidos políticos y las universidades, hecho que se considera relevante.

Gráfico 5: Percepción de las instituciones más transparentes de España

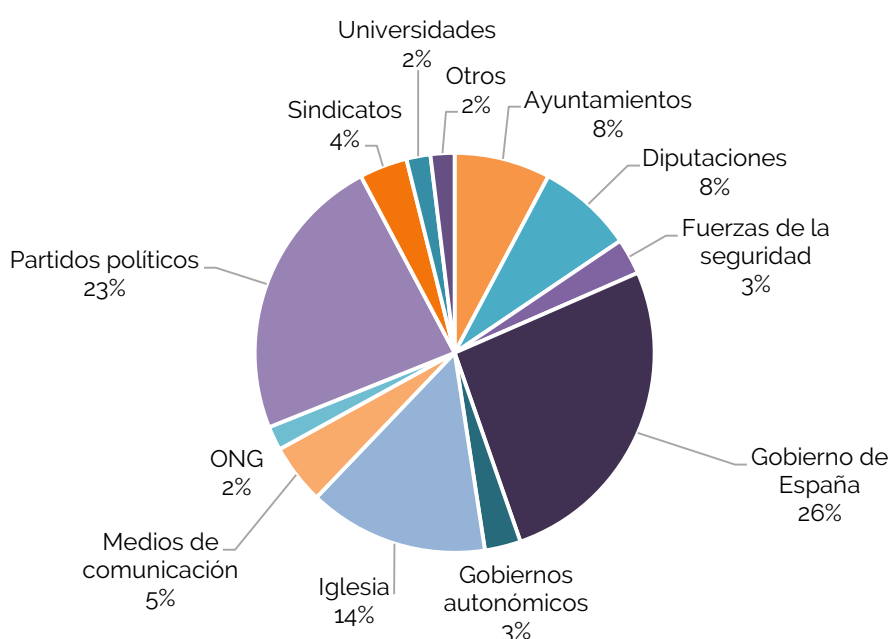


Fuente: elaboración propia.

Los periodistas ante la transparencia en España: Valoración y uso de la apertura informativa

Los periodistas también indicaron cuál de estas organizaciones o instituciones era la menos transparente. Así, las valoraciones se aglutinaron en torno al Gobierno de España (26,2%) y los partidos políticos (23,3%) –que en la anterior pregunta nadie había valorado como los más transparentes–. A continuación, la Iglesia (14,6%), las diputaciones (7,8%), los ayuntamientos (7,8%), los medios de comunicación (4,9%), los sindicatos (3,9%), los gobiernos autonómicos (2,9%), las Fuerzas de la Seguridad (2,9%) y las ONG (1,9%). Además, hubo una persona que opinó que ninguna institución u organización es transparente.

Gráfico 6: Percepción de las instituciones menos transparentes de España



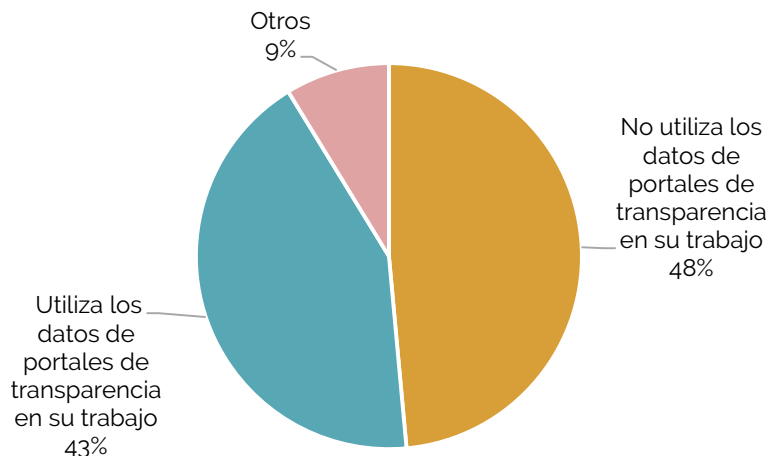
Fuente: elaboración propia.

5.2. Uso y utilidad de las herramientas de transparencia para los periodistas.

La segunda parte del cuestionario pretendía conocer el uso de los periodistas de los portales de transparencia. Así, la primera pregunta tenía como objetivo investigar si los periodistas usan los portales a diario. Las respuestas estuvieron muy divididas, pues el 42,7% indicó que sí, mientras que el 48,5% contestó que no. Hubo profesionales que ofrecieron respuestas alternativas, la mayoría explicando que visitaban estos portales esporádicamente –cuestión que se trata en la siguiente pregunta–. Aun así, es destacable que la opción con más respuestas sea la negativa.

María Díez-Garrido y Eva Campos Domínguez

Gráfico 7: Uso de los periodistas de los portales de transparencia



Fuente: elaboración propia.

Ante una respuesta tan polarizada, se quiso saber si la edad tenía algo que ver a la hora de visitar las plataformas de transparencia de las instituciones. El resultado reveló la edad no influyó, pues los resultados entre la respuesta afirmativa y negativa eran prácticamente idénticos. De hecho, más personas de 20 a 29 años votaron "no" (22) antes que "sí" (16).

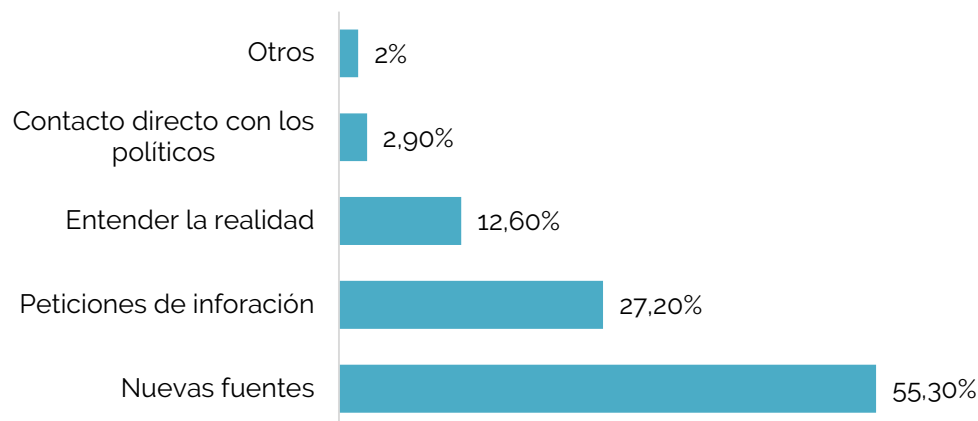
También se quiso comprobar si existían diferencias notables según el lugar en el que ejercían su profesión. Aunque sí que había un mayor número de periodistas de medios digitales que respondió que sí usaba los datos de los portales, el resultado no es suficientemente revelador como para afirmar que esto influyó.

De aquellas personas que sí visitan el portal de forma rutinaria, el 45,9% lo hace una vez a la semana y el 34,4%, menos de una vez al mes, resultados de nuevo muy polarizados. Además, el 8,2% aseguró hacerlo una vez al mes y solamente el 4,9%, a diario.

Los profesionales opinaron a continuación acerca de los beneficios que puede acarrear la transparencia en su labor periodística. La mayoría, el 55,3%, señaló que los datos publicados suponen nuevas fuentes de información y el 27,3% valoraron las peticiones de información como útiles para realizar reportajes y noticias. Respecto a las peticiones de información hubo una persona que incluso propuso que «deberían estipularse tres días de respuesta a los periodistas» por los ritmos de la profesión.

Los periodistas ante la transparencia en España: Valoración y uso de la apertura informativa

Gráfico 8: Beneficios del uso de la transparencia en el periodismo



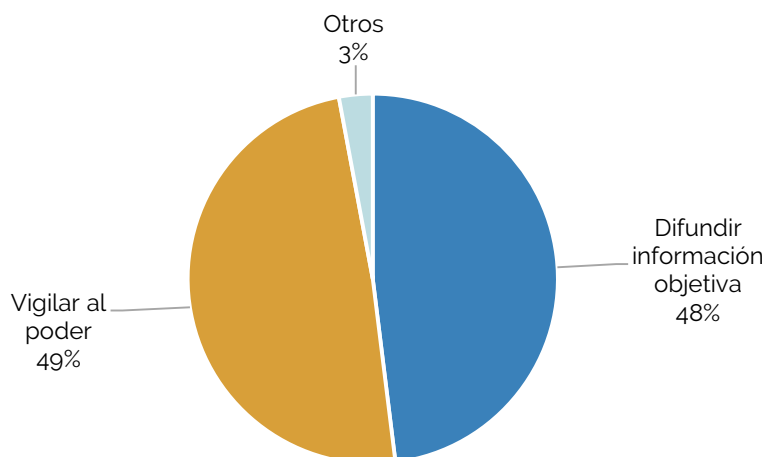
Fuente: elaboración propia.

Asimismo, el 12,6% dijo que la transparencia ayuda a comprender la realidad y el 2,9% que ayuda a mantener un contacto directo con los políticos. Respecto a las respuestas alternativas, una persona señaló que los datos son muy útiles para el periodismo de investigación y otro profesional aseguró que todas las opciones eran correctas. Ninguna persona indicó que la transparencia no es útil para los periodistas.

Hubo algunos periodistas que insistieron en la sección de comentarios de la encuesta en la importancia de fomentar la transparencia a través del periodismo, especialmente a través del periodismo de datos «que va a jugar un papel muy importante en el futuro de unos medios de comunicación tan necesitados ahora de credibilidad». Así, pusieron de manifiesto que el uso de los datos puede servir para devolver la legitimidad a los medios de comunicación.

Y, ¿cuál debe ser el rol de los periodistas al usar las herramientas de transparencia? Las respuestas se dividieron prácticamente a la mitad entre los que pensaron que su función es vigilar al poder (49%) y los que expresaron que el objetivo es difundir información objetiva (48%). Esto refleja una doble tarea a la hora de tratar los datos por parte de los periodistas, que estos deben tener en cuenta por igual.

Gráfico 9: Valoración de la función de los periodistas al usar la transparencia



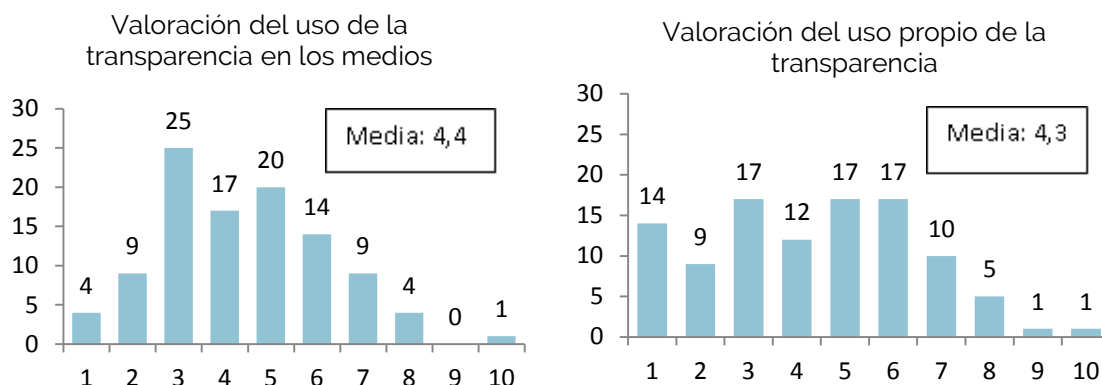
Fuente: elaboración propia.

Resultaron especialmente interesantes las respuestas a las últimas dos preguntas, en las que se solicitó a los periodistas que valorasen del 1 al 10 el aprovechamiento de los datos de transparencia por parte de los medios de comunicación y, a continuación, que realizasen la misma valoración sobre el uso que ellos hacen de los mismos. De esta forma, se pudo comparar cómo valoraban a los medios y cómo se valoraban a sí mismos respecto al uso de estas herramientas. Los resultados fueron sorprendentes, puesto que la media del uso por parte de los medios fue más alta que la que los propios periodistas hicieron de sí mismos. Eso sí, es importante mencionar que ninguno aprobó y que la diferencia entre ambos era mínima. En este sentido, los medios fueron valorados con un 4,4 de media y ellos mismos, con un 4,3.

Las notas más repetidas que se otorgaron a los medios fue la del 3 (25) y el 5 (20), mientras que al valorar el uso propio fue más variado, aunque resultó especialmente llamativo el número de personas que se valoró a sí misma con un 1. A esto hay que sumar que solo una persona valoró el uso de la transparencia por parte de los medios por encima del 8 y solo dos lo hicieron en cuanto al aprovechamiento propio. A continuación, se puede observar el número de personas que puso cada nota en cada pregunta:

Los periodistas ante la transparencia en España: Valoración y uso de la apertura informativa

Gráfico 10: Valoración de los periodistas del uso de la transparencia por parte de los medios de comunicación y de los propios profesionales



Fuente: elaboración propia.

6. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Este estudio refleja una evidente percepción de insuficiencia de la Ley de Transparencia, Acceso a la Información y Buen Gobierno por parte de los periodistas españoles consultados para el trabajo. De los 103 encuestados, solamente un 24,3% afirmó no conocer la norma y un 56,3% aseguró que las medidas eran escasas. Estos datos confirman las dos primeras hipótesis, que indican que los periodistas conocen la ley –el 75,3% lo hace– y que estos profesionales valoran que las exigencias de la ley son insuficientes. A esto se suma la escasa percepción de apertura informativa de las instituciones españolas (4,2 sobre 10). Una de las personas incluso opinó que se trata de una «tomadura de pelo» en los comentarios finales del cuestionario. Estos datos muestran un interés de los comunicadores por que las instituciones aumenten su nivel de transparencia, así como una necesidad de reformar la Ley de Transparencia.

Respecto al uso que hacen los periodistas encuestados de los datos publicados por instituciones y organismos, solo el 42,7% afirmó visitar los portales para realizar su trabajo y solo el 35,18% del total lo hacía al menos una vez a la semana. Aunque casi la mitad de los periodistas encuestados sí usa estos datos, no lo hace con una frecuencia elevada, lo que lleva a confirmar la tercera hipótesis, que predecía un escaso uso de los portales de transparencia por parte de los profesionales. Es posible que la falta de tiempo y de personal en los principales medios de comunicación impida que los profesionales puedan experimentar y hacer un uso en profundidad de los datos abiertos de las distintas instituciones.

María Díez-Garrido y Eva Campos Domínguez

Todos los capítulos de la norma española son susceptibles de mejoras, según las personas encuestadas, aunque es sin duda el de Acceso a la Información el que más reformas precisa. En esta línea, una de las personas consideró que la necesidad de registrarse en el sistema y contar con una clave para realizar la consulta «limitan» el derecho y «ponen más trabas al acceso a la información». Una persona propuso crear unos plazos especiales para los periodistas, ya que estos requieren la información con prisa. Otra periodista también se mostró «preocupada» por la independencia del Consejo de Transparencia y Buen Gobierno, encargado precisamente de gestionar la tramitación de las reclamaciones de la ciudadanía respecto a la transparencia. También esto es significativo, pues el Consejo es una herramienta útil para los periodistas a los que no se les otorga cierta información, de manera que pueden defender su derecho a tener dichos datos.

Las instituciones más transparentes para los periodistas consultados son los ayuntamientos (35%) y las ONG (29,1%), mientras que las menos transparentes son el Gobierno de España (26,2%) y los partidos políticos (23,3%). Si bien estas apreciaciones no son resultado de un estudio profundo de dichos organismos, resulta relevante la opinión de los profesionales de la información, ya que están en contacto con los datos de una forma más habitual que el resto de la sociedad y tienen unas necesidades informativas definidas.

La función pública de los periodistas encuestados respecto a la transparencia se dividió a partes iguales entre vigilar el poder y difundir información objetiva, lo que viene a decir que ambos son roles fundamentales a la hora de tratar con los datos ofrecidos a través de herramientas de transparencia en el ejercicio de la profesión.

Los beneficios más valorados de estas nuevas herramientas son el acceso a nuevas fuentes (55,3%), así como la posibilidad de realizar peticiones de información (27,3%). Ambas cuestiones tienen como consecuencia para los periodistas la capacidad de realizar reportajes con nuevos enfoques y temas, además de más completos y contrastados.

En definitiva, los periodistas consultados para este estudio son aún escépticos con la regulación de la transparencia y con la apertura informativa de las instituciones. Reclaman mejoras, especialmente en lo referente a las peticiones de información.

Es necesario destacar que el alcance de este estudio es limitado, puesto que la muestra es de 103 periodistas, que dista de la cantidad total de profesionales en España. No obstante, a pesar de que las conclusiones no se puedan considerar absolutas, los resultados son relevantes por la relación entre el periodismo y la transparencia y por los posibles cambios que puede implicar en dicho ámbito profesional.

Las nuevas fuentes y las solicitudes de datos son herramientas fundamentales pertenecientes a la Era Digital que necesitan desarrollarse aún más para que el

Los periodistas ante la transparencia en España: Valoración y uso de la apertura informativa

periodismo pueda ejercer de cuarto poder y con información objetiva. Desarrollando la norma estatal, además, los periodistas encontrarán temas interesantes en los portales de transparencia. Así, se podrán desarrollar nuevas prácticas profesionales, como el periodismo de datos y el *fact checking*, entre otros. Estas nuevas formas de periodismo son especialmente útiles en la actualidad para reducir la desinformación que invade las plataformas digitales, así como para informar de una forma didáctica a la ciudadanía y aumentar la confianza en los medios de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Appelgren, E., y Salaverría, R. (2018). "The Promise of the Transparency Culture: A comparative study of access to public data in Spanish and Swedish newsrooms". *Journalism Practice*, 12(8), 1-11.
- Armstrong, E. (2005). *Integrity, transparency and accountability in public administration: Recent trends, regional and international developments and emerging issues*. New York: United Nations.
- Bowles, N., Hamilton, J. T., y Levy, D. (2014). *Transparency in politics and the media: Accountability and Open Government*. London: IB Tauris.
- Campos-Domínguez, E. y Redondo García, M. (2015) "Meta periodismo y transparencia informativa en el periodismo del siglo XXI", *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 10(1), pp. 185-209. doi: 10.14198/OBETS2015.10.1.07.
- Casero-Ripollés, A. y López-Meri, A. (2015): "Redes sociales, periodismo de datos y democracia monitorizada", En Campos-Freire, F. y Rúas-Araújo, J. (Eds.) *Las redes sociales digitales en el ecosistema mediático*. La Laguna: Latina.
- Chen, Y. N. K. (2007). "A study of journalists' perception of candidates' websites and their relationships with the campaign organization in Taiwan's 2004 presidential election". *Public Relations Review*, 33(1), 103-105.
- Feenstra, R. A. (2013). Una reflexión sobre la Democracia Monitorizada: potencialidades y límites. *Foro Interno*, 13, 139-162.
- Groenhart, H. P., & Bardoel, J. L. (2012). "Conceiving the transparency of journalism: Moving towards a new media accountability currency". *Studies in Communication Sciences*, 12(1), 6-11.
- Johnstone, J. W., Slawski, E. J., y Bowman, W. W. (1972). "The professional values of American newsmen". *Public Opinion Quarterly*, 36(4), 522-540.
- Margetts, H. (2011). "The internet and transparency". *The Political Quarterly*, 82(4), 518-521.
- Meijer, Hart, P., & Worthy, B. (2015). "Assessing government transparency: an interpretive framework". *Administration & Society*, 50 (4), 501-526
- Morales, F. D., Carvajal, F. J. L., y Rodríguez, J. S. (2015). "Regulación y Sistemas de Evaluación de la Transparencia en España". *Revista de derecho de la Hacienda Pública*, (5), 111-134.
- Rebolledo, M., Medina, R. Z., & Rodríguez-Virgili, J. (2017). "Transparency, Accountability and Participation in Local Governments: A Comparative Study of Spanish Council Websites". *Medijske studije*, 7(14), 49-63.

Los periodistas ante la transparencia en España: Valoración y uso de la apertura informativa

- Rubio Jiménez, M. (2013) "¿Cómo y cuánto usamos los periodistas españoles las herramientas dispuestas por la ley de transparencia?", *Cuadernos de Periodistas*, 34, pp. 33-42.
- Rubio, R. (2011). "Nuevas tecnologías y transparencia parlamentaria". *Cuaderno Evoca*, (4), 2-7.
- Sampedro, V. (2014): *El cuarto poder en red*. Barcelona: Icaria.
- Sheffer Corrêa, A., Pizzigatti Corrêa, P. L. and Corrêa da Silva, F. S. (2014) 'Transparency portals versus open government data', *Proceedings of the 15th Annual International Conference on Digital Government Research - dg.o '14*, pp. 178-185. doi: 10.1145/2612733.2612760.
- Villoria, M. (2014). "La transparencia como política pública en España: algunas reflexiones". *EUNOMÍA. Revista en Cultura de la Legalidad*, 85-103.