


## ÍNDICE

Introducción/libro de códigos	152
I. Evaluación formal de la transparencia de los agentes audiovisuales españoles	158
II. Evaluación formal de la transparencia de los operadores cotizados/no cotizados del sector audiovisual español	161
III. Evaluación sustantiva general del grado de transparencia de los agentes audiovisuales españoles	163
IV. Evaluación sustantiva específica de los operadores cotizados/no cotizados del sector audiovisual español	168
V. Evaluación del grado de transparencia del sector audiovisual público español: instituciones públicas y operadores públicos de televisión	170
VI. Evaluación del grado de transparencia del sector audiovisual privado	172
VII. Evaluación del grado de transparencia de los sectores público y privado en el ámbito audiovisual español	174
Conclusiones	177
Anexos	180
Bibliografía y documentación	190

### *Agentes evaluados*

Para elaborar el II Informe sobre la Transparencia en el Sector Audiovisual, el grupo de investigación TRA.BU.COM. ha partido de la experiencia acumulada a lo largo de los dos años precedentes, que se destinaron a la elaboración del I Informe sobre la Transparencia en el Sector Audiovisual y que han permitido concretar y mejorar el know-how del grupo UCM.


Los 42 agentes audiovisuales cuyos sitios web han sido analizados, como parte del trabajo de campo propuesto y aprobado por la Universidad Complutense de Madrid y por la Comunidad Autónoma de Madrid, para el año 2008, incluyen a los actores más representativos del sector, en sus diferentes ámbitos; han sido 6 Instituciones Públicas Estatales con competencias en el sector audiovisual (la Comisión Nacional de la Competencia, la Comisión Nacional del Mercado de Valores, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, el Tribunal de Cuentas, el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales y la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información), 3 Instituciones Públicas Autonómicas con competencias en el sector de referencia en sus respectivos territorios (el Consejo Audiovisual de Andalucía, el Consejo Audiovisual de Navarra y el Consejo Audiovisual de Cataluña), 12 operadores públicos de televisión ( Televisión Española, la Empresa Pública de Radio y Televisión de Andalucía, la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, el Ente Público Radio Televisión Madrid, la Entidad Pública Radio Televisión Valenciana, la Compañía de la Radio Televisión de Galicia, Euskal Irrati Telebista, el Ente Público Radio Televisión Canaria, el Ente Público Radio Televisión Castilla La Mancha, la Radio Televisión de la Región de Murcia, la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, el Ente Público de Comunicación del Principado de Asturias y el Ente Público de Radio Televisión de las Islas Baleares), 7 operadores privados de televisión (Antena 3, Cuatro, Telecinco, Canal +, La Sexta, Net Televisión y Veo Televisión), 4 emisoras de radio (Cadena COPE, Onda Cero, Cadena SER, Punto Radio), 3 operadores de televisión digital por cable (Ono, Euskaltel, R) y 5 productoras de cine (Altafilms, Buenavista Internacional España, Columbia Tristar España, Fox España y Bocaboca Producciones). La selección, discrecional, ha buscado la máxima representación en calidad y cantidad. Todos estos agentes, en conjunto, y, en algunos casos, aisladamente, absorben la mayor parte de la atención de las audiencias, gastan los mayores



presupuestos propios del sector y reciben el apoyo económico más fuerte de los presupuestos públicos. Igualmente, son interlocutores indispensables del gobierno y del parlamento cuando se trata de regular el sector.

### ***Formularios de análisis de los sitios web de los agentes audiovisuales seleccionados***

El menor número de agentes seleccionados (en 2007, fueron 120) ha favorecido la rapidez y la flexibilidad en los procedimientos. El formulario (ver ANEXO 1) que se había aplicado a los sitios web de los 120 agentes con motivo del I Informe sobre el Sector Audiovisual fue modificado como consecuencia de las conclusiones procedimentales extraídas de aquella primera experiencia. En el formulario, que se ha aplicado exclusivamente a las páginas corporativas del sitio del agente audiovisual, se ha mantenido el descriptor del sitio, como encabezamiento. La división entre parámetros formales y sustantivos se ha tornado más evidente. Los parámetros formales han sido agrupados en torno a los conceptos de micronavegación y macronavegación, permitiendo calibrar si los agentes tienen mayor grado de desenvoltura hacia dentro o en sus relaciones externas. Los componentes de la micronavegación han sido los siguientes parámetros: calidad y volumen de información, legibilidad y ergonomía, navegación y representación de la información, recuperabilidad, interactividad/computabilidad, velocidad de descarga y servicios adicionales. Por su parte, la macronavegación ha abarcado sólo dos parámetros: la visibilidad/luminosidad y la autodescripción. Finalmente, los parámetros sustantivos han permitido evaluar los siguientes aspectos: la información general, la buena gobernanza, la información cuantitativa, la consulta y el acceso, en todos los casos. Además, en el caso de los operadores de radio y televisión y en el de los productores audiovisuales se ha analizado el grado de cumplimiento de otros parámetros: la información sobre el grupo empresarial, sobre la normativa interna, sobre actas, informes y otros documentos, la interacción con accionistas/inversores, la publicidad de los procedimientos y la información sobre la autocartera. En el caso de los productores audiovisuales, se han planteado otros tres parámetros para medir los niveles de transparencia, a saber, la información sobre la nacionalidad de sus producciones, las referencias de inscripciones registrales obligatorias y las ayudas públicas recibidas. Cada uno de estos parámetros ha estado constituido por uno o varios indicadores, como puede verse en el anexo de referencia. Las respuestas a las preguntas de los indicadores han sido evaluados, como se indica en el mismo formulario: con un “0” cuando la respuesta que se podía obtener en la página corporativa del sitio web a la pregunta planteada era



nula, con un “1”, cuando la valoración que la respuesta merecía era positiva, pero no excelente, y con un “2”, cuando la respuesta en el sitio web a la pregunta formulada o a la información requerida merecía ser considerada como excelente o como la mejor posible. En el caso de la evaluación sustantiva de la transparencia los valores han sido “0” y “1”. El valor “0” equivale a un “no” como respuesta a la información buscada en el sitio del agente audiovisual. El valor “1” equivale a un “sí” como respuesta a la información buscada en el sitio del agente.

### ***Plantillas de baremación de grupos de agentes audiovisuales adaptadas a las exigencias legales de transparencia***

Una vez aplicado el formulario al agente audiovisual, se ha efectuado el cómputo de respuestas con valor “0”, “1” y “2”, en el caso de la transparencia formal y con valor “0” y “1”, en el caso de la transparencia sustantiva.

Puesto que el compromiso del grupo, de momento, ha sido no desagregar datos y no elaborar ningún “ranking” de transparencia en el sector audiovisual, los agentes han sido clasificados en 7 grupos, a saber, televisiones por cable, radios, Instituciones públicas del Estado, Instituciones públicas autonómicas, productoras audiovisuales, operadores privados de televisión y operadores públicos de televisión. A cada uno de los 7 grupos se le aplicó una plantilla destinada a medir el grado de satisfacción por parte de ese grupo de agentes de los parámetros formales y sustantivos de la transparencia. En el ANEXO 2, puede verse el tipo de plantilla aplicada a todos los agentes agregados para constituir un grupo suficientemente representativo en el sector audiovisual. Cuando algunos de los parámetros no eran aplicables a un grupo de agentes, la plantilla ha sido marcada, en el lugar correspondiente, con la expresión “NO APLICA”. La suma de las puntuaciones obtenidas en cada indicador y en cada parámetro por cada agente permitía valorar, ya a simple vista, el grado de cumplimiento de la transparencia formal y sustantiva en relación con la puntuación máxima obtenible en cada supuesto. Por ejemplo, si el parámetro “información general” (transparencia sustantiva) se compone de 3 indicadores (“razón social”, “organigrama” y “vías de comunicación”), de suerte, que cada uno de los indicadores, en el mejor de los casos, vale “1”, el agente óptimo tendría 3 puntos en ese parámetro. Y la situación ideal de un grupo de 4 agentes (como ha sido el caso de las emisoras de radio) habría sido obtener 12

puntos. Cualquier resultado inferior a 12 indicaría un nivel de transparencia sustantiva en ese punto mejorable. En este caso concreto, el resultado fue 7/12. El dato ha sido traducido a un porcentaje que permitiera hacer comparaciones, mediante una regla de tres:

$$\begin{array}{l} 12 \text{ sería a } 100 \\ n \text{ sería a } x, \end{array}$$

En donde la incógnita “x” se obtendría multiplicando “n”, en este caso, 7, la puntuación obtenida por los agentes de radio por 100 y dividiendo el resultado por 12, puntuación ideal que deberían haber obtenido los 4 agentes (100%). El resultado (58%) indica un grado de transparencia en este aspecto a mejorar, aunque no terriblemente negativo.

La evaluación formal ideal de cualquier agente del sector audiovisual siempre daría el mismo resultado puesto que el valor ideal de los indicadores (2) condiciona el valor de los parámetros, en atención al número de indicadores que lo componen en los términos que se exponen a continuación:

#### *Evaluación Formal*

(Micronavegación)	
Calidad	12 puntos
Legibilidad	8 pts
Navegación	24 pts
Recuperabilidad	4 pts
Interactividad	6 pts
Velocidad	2 pts
Servicios adicionales	2 pts
(Macronavegación)	
Visibilidad	10 pts
Autodescripción	8 pts

En todo caso, el agente audiovisual perfecto, en términos de transparencia formal, debería alcanzar 76 puntos. Puesto que los datos no están desagregados, la lectura debe hacerse por grupo, condicionado siempre por el número de agentes que componen el grupo.

En efecto, la evaluación formal ideal de cada grupo de agentes vendrá, en términos absolutos, determinada por el número de agentes. De ahí que los datos objetivados se hayan traducido a un porcentaje, que relativice el valor y permita las comparaciones y el traslado de los datos a los gráficos.

En cambio, no todos los agentes tienen que responder, en concreto, en cuanto a transparencia sustantiva se refiere, a todas las preguntas. Por eso, las puntuaciones ideales de referencia son distintas por grupo de agentes, en los términos y cifras que figuran aquí:

#### *Evaluación Sustantiva*

(Todos los agentes)

Información general	3 pts
Buena Gobernanza	2 pts
Información cuantitativa	1 pts
Consulta	1 pts
Acceso	1 pts
Total:	8 pts.

(Todos los agentes excepto instituciones)

Grupo empresarial	1 pt
Normativa interna	4 pts
Actas, informes, documentos	6 pts
Accionistas	1 pt
Procedimientos	3 pts
Autocartera	1 pt
Subtotal1:	16 pts
Total1:	(8+16=24)


(Sólo Productoras)

Nacionalidad	1 pt
Registro	1 pt
Ayudas	1 pt
Subtotal2:	3 pts
Total2:	(16+8+3=27)

En la práctica, esos tres totales indican que la productora<sup>225</sup> perfecta tiene que alcanzar 27 puntos, que la radio o la televisión perfectas tienen que alcanzar 24 puntos y que las Instituciones estatales o autonómicas perfectas tienen que alcanzar sólo 8 puntos.

---

<sup>225</sup> La actualización normativa (2007-2008) de las obligaciones legales para el sector audiovisual español figura en la parte teórica del II Informe sobre la Transparencia en el Sector Audiovisual; España, Méjico, Brasil (UCM, 2008) y es el referente iuspositivo del III Informe sobre la Transparencia en el Sector Audiovisual (2009-2010).



Con el método que se propone es posible hacer varias lecturas de los puntos obtenidos por cada grupo de agentes. Es factible hacer una lectura de los niveles de transparencia formal y de transparencia sustantiva. Es posible hacer una lectura de los niveles de transparencia formal-micronavegación y de transparencia formal-macronavegación. Igualmente, es posible hacer una lectura global de todo el sector, por parámetros.

Una evaluación global del sector tendría la siguiente puntuación como referencia: para los operadores de radio y de televisión: 100 puntos, fruto de sumar los 76 puntos de la evaluación formal y los 24, de la evaluación sustantiva; para las Instituciones públicas: 84 puntos, fruto de sumar los 76 puntos de la evaluación formal y los 8, de la evaluación sustantiva; para las productoras: 103 puntos, fruto de sumar los 76 puntos de la evaluación formal y los 27, de la evaluación sustantiva.

El grupo TRA.BU.COM., además, ha querido mantener, en este II Informe sobre la Transparencia en el Sector Audiovisual, la distinción obligada entre operadores de televisión cotizados y no cotizados como consecuencia de la diferente índole de las obligaciones de transparencia que impone el ordenamiento jurídico vigente. Para ello, el texto de referencia, legal y doctrinal, ha vuelto a ser La Transparencia en el Sector Audiovisual. Comentarios a la Normativa Española y Comunitaria (TRABUCOM, Bosch, 2008).

Finalmente, han sido seleccionados algunos comentarios y gráficos del Informe del año 2007, como referencia comparativa de los datos del actual Informe (2008).

## I. EVALUACIÓN FORMAL DE LOS AGENTES AUDIOVISUALES ESPAÑÓLES

	Radio	Operadores Públicos de TV	Operadores Privados de TV	Televisiones por cable	Productoras de Cine	Instituciones Públicas del Estado	Instituciones Públicas Autonómicas
Calidad	50%	45%	26%	48%	22%	94%	72%
Legibilidad	75%	67%	12%	56%	20%	79%	83%
Navegación	47%	56%	51%	62%	27%	79%	75%
Recuperabilidad	12%	27%	0%	25%	20%	71%	67%
Interactividad	33%	31%	5%	25%	23%	61%	67%
Velocidad	100%	92%	21%	62%	30%	83%	100%
Servicios Adicionales	50%	31%	64%	50%	20%	42%	50%
Visibilidad	62%	41%	39%	50%	20%	60%	60%
Autodescripción	62%	26%	50%	66%	17%	69%	37%

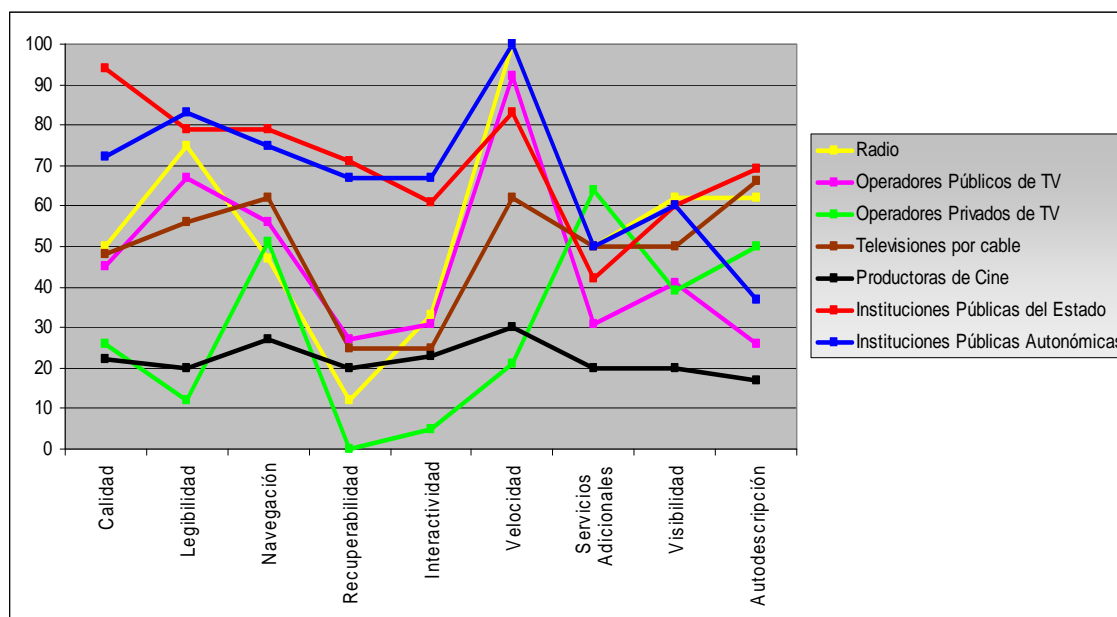



Gráfico I

El análisis formal de los sitios web correspondientes al sector público audiovisual (Instituciones y Operadores Autonómicos y Estatales) y al sector privado de radios, productoras de cine, televisiones por cable y operadores privados de televisión (ya sean cotizados en bolsa o no cotizados) pone de manifiesto que la calidad de información que se ofrece a los ciudadanos no siempre es del todo cuidada (sobre todo en el sector privado), no alcanzando los niveles óptimos de transparencia.




Pero, no sólo en lo referente a calidad de la información no se llega a alcanzar la cota esperada, ya que en términos similares discurre el interés y el volumen de contenidos que los internautas desean consultar en las correspondientes páginas web.

Hay que destacar que a la hora de acceder a la información, es importante que los contenidos estén claramente definidos y se facilite su lectura. En este sentido, debería primar más la funcionalidad sobre el diseño, debido a que algunas web (operadores privados de televisión y productoras de cine) quieren innovar demasiado, utilizando fondos, colores e iconos, que no sólo ya dificultan el acceso a la información sino también su lectura.

En los tiempos que corren, en los que Internet se ha convertido en una herramienta imprescindible, es fundamental que los sitios web visitados permitan una navegación fluida a través de sus contenidos, facilitando al usuario consultar rápidamente aquella información que más le pueda interesar. Como se puede apreciar, la tendencia general en la mayoría de los agentes analizados es la falta de medios para permitir acceder con celeridad a los contenidos solicitados. Esta tendencia se advierte en el recorrido secuencial de la página web si se analiza la información sobre enlaces entre documentos, índices y sistemas de etiquetas.

La misma tendencia se puede observar en lo que a recuperabilidad de contenidos se refiere. En este caso hay que resaltar el 0% que los operadores privados de televisión obtienen en este parámetro al carecer de buscadores dentro de la propia web y de sistemas de recuperación de información adicionales a través de listas o categorías. Un porcentaje que, en el caso de las radios y los operadores públicos de televisión, también se encuentra muy por debajo de lo esperado (menos del 30%), lo que demuestra que en muchos casos en lugar de facilitar y ayudar al ciudadano en su búsqueda de la información, lo que hace es dificultar el acceso a dichos contenidos.

En el gráfico también puede apreciarse la escasa incidencia que tiene la interactividad en los sitios web analizados, a excepción de los relativos a instituciones públicas estatales y autonómicas. Con porcentajes inferiores al 35% se pone de manifiesto el poco interés que existe en facilitar al usuario vías de conexión con el propio agente, bien sea porque no es posible comunicarse con el administrador de la página web, bien sea porque no existen otras formas de interactividad (foros, blogs, etc...). Por un motivo u otro, la retroalimentación entre los ciudadanos



y los servidores web es casi inexistente, dejando a un lado la posibilidad de una comunicación más fluida y transparente entre ambos.

Tan significativo como el acceso a la información en las web del sector audiovisual es la velocidad de descarga de dichos contenidos. Está claro que la abundancia de elementos secundarios puede dificultar la descarga de datos, lo que conllevaría un contratiempo a la hora de acceder a dicha información. Por este motivo, los agentes, principalmente los públicos, están tratando de mejorar dicho parámetro. En el caso de los operadores privados de televisión y las productoras de cine, todavía se encuentran lejos de conseguir una mejora en la velocidad de descarga de contenidos, debido al exceso y a la saturación de elementos cargantes que entorpecen el acceso.

Es cierto que en la mayoría de los parámetros, los operadores privados de televisión no alcanzan unos porcentajes muy elevados (por debajo del 50%), pero si se analizan los servicios adicionales que pueden ofrecer las páginas web, las cifras son muy reveladoras. En esta ocasión, los operadores privados de televisión registran el mejor porcentaje de los siete agentes analizados, con un 64%, debido al gran número de descargas adicionales y ficheros gráficos que ofrecen a los usuarios. Este dato puede resultar un poco contradictorio si se tiene en cuenta el parámetro anterior en el que se analizaba la velocidad de descarga y en el que los operadores privados de televisión registraban el porcentaje más bajo. Por ese motivo, es importante que los agentes hagan un esfuerzo para conseguir un equilibrio entre todos los parámetros y no centrarse sólo en aquellos que consideran más relevantes, porque esta circunstancia acaba repercutiendo directamente en los usuarios.

Hay que advertir que para los agentes del sector audiovisual debería resultar fundamental cuidar los enlaces con otras web y su posicionamiento en el sector a través de los buscadores de información. Un hecho, a priori, tan importante, parece no tener la trascendencia suficiente como para cuidar, describir y actualizar los enlaces seleccionados a través de los diferentes sitios web. Sólo las instituciones públicas autonómicas y estatales y las radios parecen prestar la atención necesaria a los diferentes enlaces de sus páginas e intentan lograr el mejor posicionamiento en los buscadores.

Como puede percibirse en el gráfico, el último de los parámetros analizados es la autodescripción. Un campo en el que no sólo se analiza el sitio web, sino que se va más allá y se busca en el código fuente de las páginas para comprobar si se ofrecen meta-etiquetas y meta-datos que complementen los contenidos. En este sentido, también cabría destacar los párrafos explicativos que deberían aparecer en las páginas de los agentes. Si se tienen en cuenta todos los indicadores de análisis en el campo de la autodescripción, sólo las radios, televisiones por cable e instituciones públicas estatales cuidan este aspecto.

## II. EVALUACIÓN FORMAL DE LOS OPERADORES COTIZADOS/NO COTIZADOS DEL SECTOR

### AUDIOVISUAL ESPAÑOL

	Operadores Privados TV cotizados en bolsa	Operadores Privados de TV no cotizados
Calidad	35%	14%
Legibilidad	31%	8%
Navegación	73%	22%
Recuperabilidad	0%	0%
Interactividad	8%	0%
Velocidad	12%	33%
Servicios Adicionales	88%	33%
Visibilidad	50%	23%
Autodescripción	62%	33%

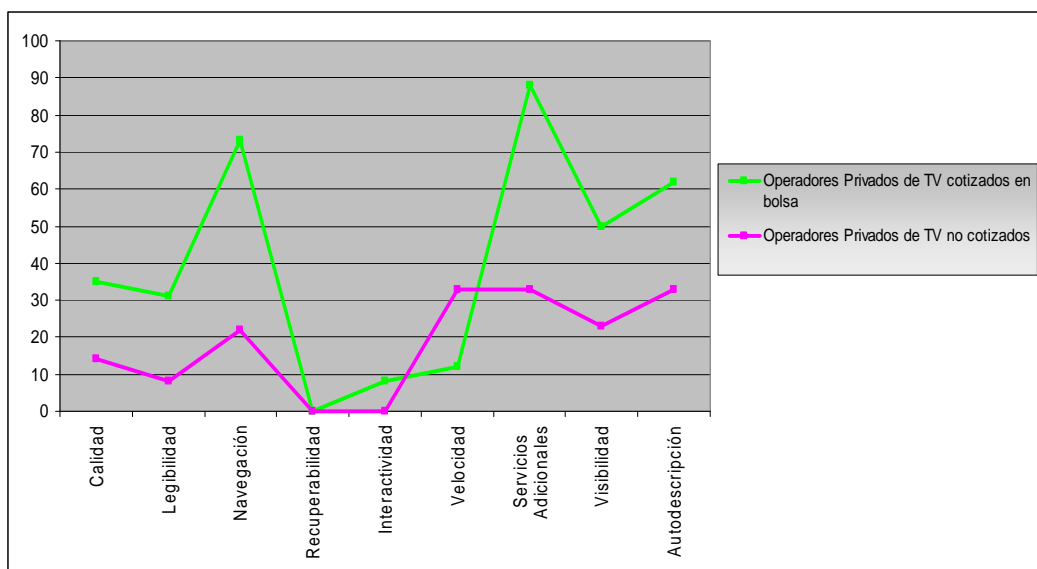



Gráfico 2



El estudio pormenorizado de los operadores privados de televisión cotizados en bolsa en comparación con los que no cotizan deja resultados muy reveladores en lo que al análisis formal se refiere. Los porcentajes de las empresas no cotizadas en bolsa no superan en ningún parámetro el 35%, mientras que en el caso de aquellas que sí cotizan los porcentajes son más oscilantes, llegando en algunos casos a sobrepasar el 70%.

Las diferencias son significativas, pero si equiparamos parámetro a parámetro ambos operadores, nos encontramos con que la disparidad en los porcentajes sólo es significativa en lo relativo a navegación y servicios adicionales. Los grupos que cotizan en bolsa permiten a los usuarios de sus sitios web una navegación sencilla que les permite acceder a los datos sin necesidad de regresar a la página principal, pudiendo llegar a ellos desde cualquier documento. En este aspecto, los operadores que no cotizan no se preocupan tanto de crear diferentes índices de consulta ni de enlazar los contenidos de sus páginas. En cuanto a los servicios adicionales que ofrecen las web analizadas, los operadores cotizados presentan, en un porcentaje muy elevado, la posibilidad de descargar datos o ficheros gráficos que complementen la información principal. Mientras que en el caso de las empresas que no cotizan, las descargas que ponen a disposición de los ciudadanos son escasas.

Resulta destacable que en el único campo en el que los grupos no cotizados superan a los que sí lo hacen es en la velocidad de descarga. Vuelve a ser curioso que los operadores privados de televisión cotizados ofrezcan a los usuarios la posibilidad de acceder a numerosos ficheros y contenidos adicionales, que contradictoriamente lo que hacen es dificultar la descarga de la página. En el caso de las empresas no cotizadas, la falta de archivos secundarios facilita una mayor fluidez en la velocidad de descarga de sus contenidos, poniendo a disposición del ciudadano toda la información en un tiempo de espera menor al que se tienen que enfrentar en los sitios web de los operadores cotizados.

Hay que destacar, como se puede observar en el gráfico, que ambos grupos privados no ofrecen la posibilidad de ejecutar búsquedas ni ponen a disposición del usuario ningún sistema de recuperación de información. Una tendencia similar se puede apreciar en la interactividad, ya que no existe la posibilidad de comunicarse con el administrador de la web ni interactuar a través de foros o blogs, salvo alguna excepción en el caso de los operadores cotizados.

La calidad y legibilidad de los sitios web de los operadores privados de televisión cotizados y no cotizados no dista mucho entre sí, aunque es cierto que los grupos que no cotizan en bolsa descuidan más el interés, el volumen y la actualización de sus contenidos, sin prestar tampoco mucha atención a la relación entre los fondos y el texto, lo que hace más laboriosa la lectura de los datos. En el caso de las empresas cotizadas sí existe un mayor equilibrio entre los iconos y los textos, así como un mayor interés a la hora de actualizar y ofrecer contenidos lo más completos posible.

### III. EVALUACIÓN SUSTANTIVA DEL GRADO DE TRANSPARENCIA DE LOS AGENTES

#### AUDIOVISUALES ESPAÑOLES

	Radio	Operadores Públicos de TV	Operadores Privados de TV	Televisiones por cable	Productoras de Cine	Instituciones Públicas del Estado	Instituciones Públicas Autonómicas
Información General	58%	49%	71%	44%	20%	100%	100%
Buen Gobierno	62%	35%	29%	50%	20%	17%	50%
Información Cuantitativa	50%	31%	57%	75%	20%	50%	100%
Consulta	75%	8%	0%	0%	20%	83%	0%
Acceso	50%	0%	43%	25%	20%	67%	0%

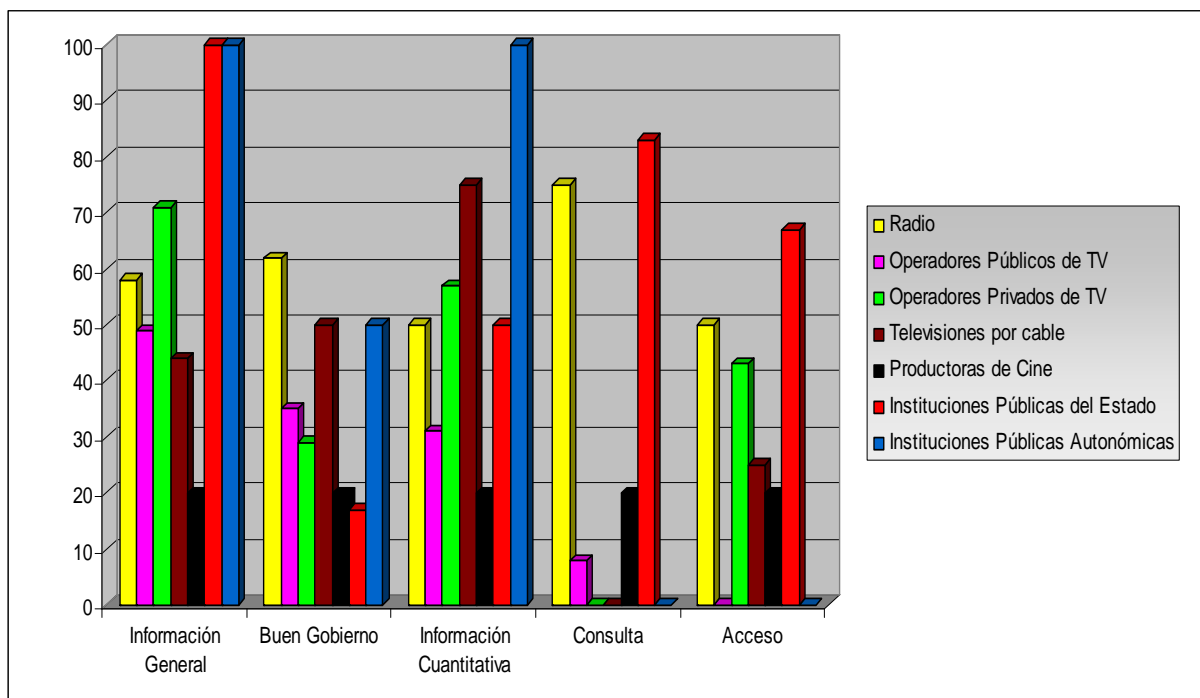




Gráfico 3



Los siguientes dos gráficos hablan de los aspectos sustantivos de la transparencia en el caso de los agentes del sector audiovisual español. Los parámetros analizados en el año 2008 han sido los que figuran en el gráfico de referencia (información general, buen gobierno, información cuantitativa, consulta y acceso). Los datos habían sido ya contemplados en el Informe 2007 sobre Transparencia en el Sector Audiovisual Español con resultados desiguales por grupos de agentes y, a menudo, decepcionantes.

En el actual análisis de sitios web de agentes del sector audiovisual español, los datos relativos al nivel de transparencia sustantiva han sido divididos en tres grupos; por un lado, los concernientes a la información que podría y sería deseable que se exigiera a todos los agentes y que se cita más abajo. Por otro, la información publicable en el sitio que no procede esperar de las instituciones públicas, sino sólo de las empresas audiovisuales (el grupo empresarial al que pertenece; la normativa interna; las actas, informes y documentos; el diálogo con accionistas e inversores; los procedimientos abiertos de interacción con accionistas e inversores; y los datos de la autocartera). Y, finalmente, el conjunto de informaciones exigible tan sólo a los productores audiovisuales, que abarca tres aspectos, la nacionalidad de las obras producidas, la inscripción de la productora en los Registros Públicos correspondientes y la referencia de las ayudas públicas obtenidas. Parece claro que la inclusión de esta información, escueta, por otro lado, en el sitio de los productores analizados hablaría muy bien de ellos, en términos de transparencia. Por el contrario, la ausencia de datos al respecto o, incluso, como se verá, de datos más elementales, extendería un manto de opacidad sobre este tipo de agentes que deberían evitar por encima de todo para sortear acusaciones de corrupción, en el mejor de los casos.


Ahora, con motivo de este Informe 2008, se ha procedido a una reorganización de los conceptos manejados en 2007 y en 2008, de forma que datos como, por ejemplo, la razón social del agente, el organigrama o las vías de comunicación han sido ligados y analizados, en tanto que indicadores, dentro de un mismo parámetro, al que, en 2008, se ha pasado a denominar “Información General”. Algo similar ha sucedido en el caso de los indicadores denominados principios de buen gobierno y políticas de transparencia. Se trata de dos elementos que componen el parámetro “Buena Gobernanza”. La información cuantitativa (económica y contable) es el único indicador que compone el parámetro “Información Cuantitativa” y con él se evalúa si los agentes ponen o no a disposición de los internautas los datos económicos y contables que son de obligada



inserción, en el caso de los operadores cotizados, y que no son de obligada inserción, en el caso de los operadores no cotizados. El concepto “consulta” es un parámetro cuyo único componente es el indicador que lleva el mismo nombre. Lo que se trata de evaluar con él es si en la parte corporativa del sitio web se contiene alguna indicación relativa a si la empresa o la institución dispone de un Registro informatizado con documentos públicos disponibles. Por su parte, el “acceso”, parámetro e indicador, simultáneamente, supone ir más lejos en cuanto a propiciar el ejercicio del derecho de acceso. Se evalúa con él si el agente ha elaborado algún tipo de guía que permita que el usuario y el consumidor acceda con más facilidad a la información o al documento que busca.

Estos cinco parámetros han sido aplicados a todos los agentes del sector audiovisual español, con los resultados que se ponen de manifiesto en el primero de los gráficos que siguen. Puede observarse, en primer lugar, que frente a los productores del sector (en negro), que nunca superan el 20% del nivel de información que sería deseable para que pudieran ser calificados como operadores óptimos. Incluso, debe ser destacado que en determinados parámetros el nivel de información ofrecida es del 0%, como es el caso a la hora de dar a conocer su adscripción a algún grupo empresarial y a la hora de facilitar procedimientos para interactuar con sus accionistas, pues en el 100% de los casos se trata de sociedades anónimas (pese a que en uno de los casos, figure equívocamente, en algunos archivos, como Sociedad Limitada y, en otros, como Sociedad Anónima). Lo mismo sucede en cuanto a la información sobre la autocartera y en relación con la información relativa a si han recibido alguna ayuda pública en España. Se da la circunstancia de que en uno de los casos se ha recibido una ayuda pública superior al millón de euros en una convocatoria del Ministerio de Cultura de 2007, como ha sido comprobado en la página oficial del Ministerio. El dato no consta en el sitio del agente audiovisual.

Igualmente mantienen unos niveles de transparencia sustantiva bastante bajos los operadores públicos de televisión que no alcanzan en ninguno de los casos el 50% de la información que debería constar para que se pudiera hablar de un operador óptimo. Como puede observarse, ningún operador de televisión público dispone de guía de procedimientos que facilite a los usuarios el conocimiento de cuáles son las vías para acceder a los documentos de la empresa. Esto es particularmente llamativo en el caso de algunas de las televisiones públicas autonómicas cuyos planteamientos corporativos, en el terreno de los principios, y entre ellos en el de la transparencia, son ambiciosos y de una teorización, e incluso cierta práctica, óptima.



También resulta opaco, en conjunto, el enfoque de las consultas de los internautas pues sólo uno de los operadores dispone de Registro de Documentos accesible y disponible al público. En cambio, el parámetro en que la información es más completa es el relativo a la información general, a saber, la razón social, el organigrama y las vías de comunicación, que existen y que hacen subir el porcentaje de transparencia a un nivel del 49% de lo que sería deseable.

Los agentes que alcanzan unos niveles de transparencia sustantiva más elevados son las Instituciones Públicas del Estado y las Instituciones Públicas Autonómicas. Las Instituciones Públicas del Audiovisual, Autonómicas, oscilan entre el 0% de información en el caso del parámetro “acceso” (es decir, no disponen de guías que faciliten el procedimiento para el acceso a la información en el caso de que así lo desee un internauta) y el 100% de transparencia en los aspectos concernientes a la información general y a la información cuantitativa pues los datos concernientes a su propia identidad y a sus cuentas figuran con claridad y en la medida de lo deseable. Alcanzan el 50% de los niveles de transparencia deseables en el parámetro “buena gobernanza” que incluye el indicador de la política expresa de transparencia y el indicador de los principios de buen gobierno. Ambos elementos serían accesibles en la mitad de los casos en línea.

Por lo que se refiere a las Instituciones Públicas Estatales, el nivel más bajo de transparencia afecta, curiosamente, al parámetro “buena gobernanza”, pero en unos niveles no mínimos (17%). Sin embargo, aunque no hay una vocación aparente de transparencia, los hechos hablan positivamente de las Instituciones Estatales Audiovisuales. Así, los porcentajes de cantidad y calidad de información deseable oscilan entre el 50% en el caso de la información cuantitativa y el 100%, en el caso de la información general (razón social, organigrama y vías de comunicación básicas).

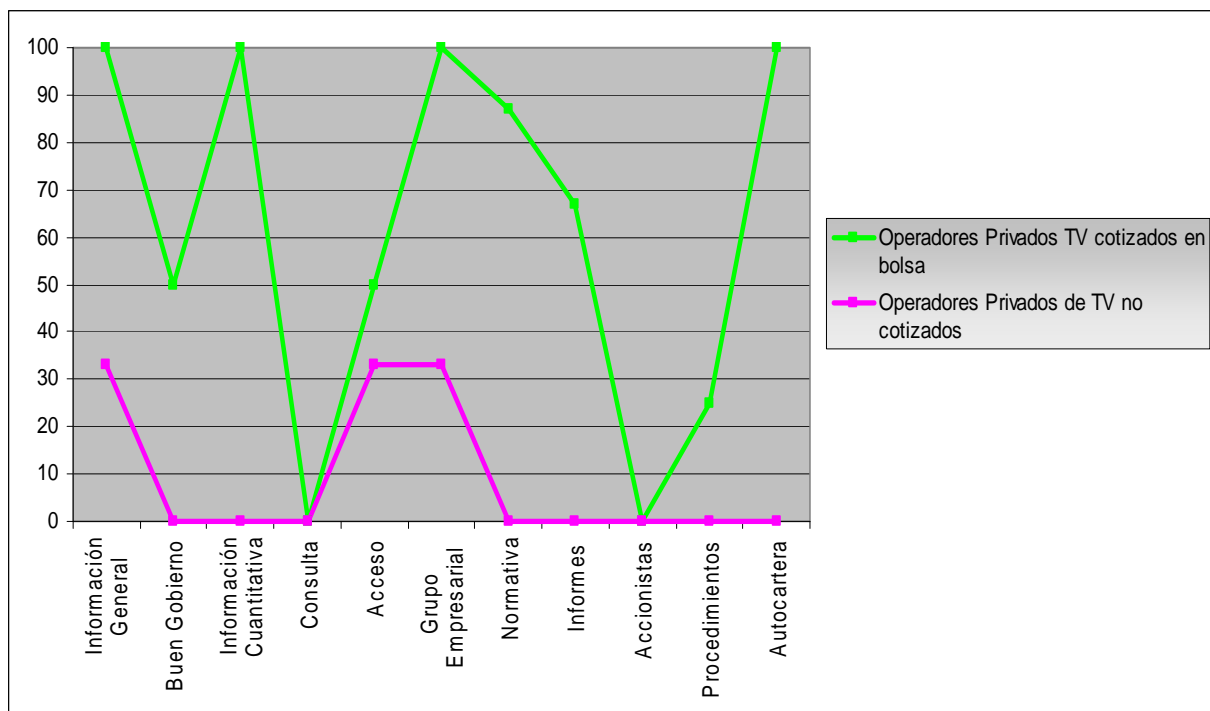
En una situación intermedia, se encuentran los operadores privados de televisión, los operadores de cable y las emisoras de radio. Cada grupo de agentes tiene un punto fuerte diferente; en el conjunto de parámetros que componen la información básica a proporcionar por los agentes audiovisuales españoles, los radiodifusores españoles proporcionan siempre más de un 50% de la información necesaria para llegar a ser un agente óptimo en términos de transparencia. En algunos casos, alcanzan el 100% (información relativa al grupo empresarial al que pertenecen) o se aproximan (75%, en el caso de los mecanismos de consulta o registros

---

disponibles y accesibles). Por su parte, los operadores de cable se mueven entre el 0% y el 75%, en los casos extremos, concernientes el primero a la existencia de registros disponibles y accesibles al gran público, y los datos que permiten situar al operador en el grupo empresarial al que pertenecen. La información general que proporcionan no llega al 50% de lo deseable para alcanzar un nivel standard de transparencia. Sin embargo, la cantidad y calidad de su información cuantitativa, económica y contable es suficiente (75%). Los operadores privados de televisión se muestran tan oscilantes como los operadores de cable, aunque con igual dignidad. Así como carecen por completo de registros accesibles al gran público (0%), alcanzan unos niveles aceptables (71%) de información relativa al grupo empresarial al que pertenecen y a la información general. Están, sin embargo, por debajo del 50% en el caso de la información que habla de la buena gobernanza de la empresa (publicación de principios de buen gobierno por los que se consideran obligados y proclama del objetivo o principio de transparencia).


#### IV. EVALUACIÓN SUSTANTIVA ESPECÍFICA DE LOS OPERADORES COTIZADOS/NO COTIZADOS DEL SECTOR AUDIOVISUAL ESPAÑOL

	Operadores Privados TV cotizados en bolsa	Operadores Privados de TV no cotizados
Información General	100%	33%
Buen Gobierno	50%	0%
Información Cuantitativa	100%	0%
Consulta	0%	0%
Acceso	50%	33%
Grupo Empresarial	100%	33%
Normativa	87%	0%
Informes	67%	0%
Accionistas	0%	0%
Procedimientos	25%	0%
Autocartera	100%	0%



**Gráfico 4**

El gráfico pone de manifiesto las diferencias provocadas por la imposición coactiva de transparencia en el caso de los operadores de televisión cotizados. Salvo los dos picos (consulta y accionistas, 0%) en que coinciden tanto los operadores cotizados como los no cotizados, parece



claro que el comportamiento de unos y otros es muy desigual y es evidente la razón; en un caso, hay una obligación legal, respaldada con una sanción. En el otro, no hay norma coactiva, respaldada con sanción. Sería deseable, sin embargo, que los operadores no cotizados se sintieran estimulados a seguir, voluntariamente, una actuación que otros siguen forzados. Diría mucho de los principios de buen gobierno de las corporaciones audiovisuales españolas.

La lectura que, sin embargo, hay que hacer, es la siguiente: mientras que los operadores cotizados cumplen al 100% sus obligaciones de información general (razón social, organigrama y puesta a disposición del público de unas vías normalizadas de comunicación), de información cuantitativa (100%), de pertenencia a grupo empresarial (100%) y de autocartera (100%), no sucede igual con los operadores no cotizados que, sin embargo, son sociedades anónimas y podrían facilitar, voluntariamente, los datos correspondientes; sus niveles de cumplimiento de los parámetros citados, en el mismo orden, no alcanzan, como puede verse, el 40% (información general, pertenencia a grupo empresarial) o son nulos (información cuantitativa y autocartera).

Que la coincidencia entre los dos grupos de operadores se produzca en actividades de apertura y de acceso a información, como son el parámetro “consulta” (disponibilidad de un Registro de Documentos público) y el parámetro “accionistas” (capítulo de preguntas frecuentes), dice poco sobre la vocación de apertura y de diálogo real con la sociedad por parte de los operadores.

Sí se salva el parámetro “acceso” en donde ambos tipos de operadores están relativamente igualados (50%, cotizados, y 33%, no cotizados), lo que indicaría que, pese a no disponer de un Registro formal de Documentos, sí que han elaborado guías que orientan al usuario acerca de la mejor manera para acceder a documentos y a información de la empresa audiovisual.

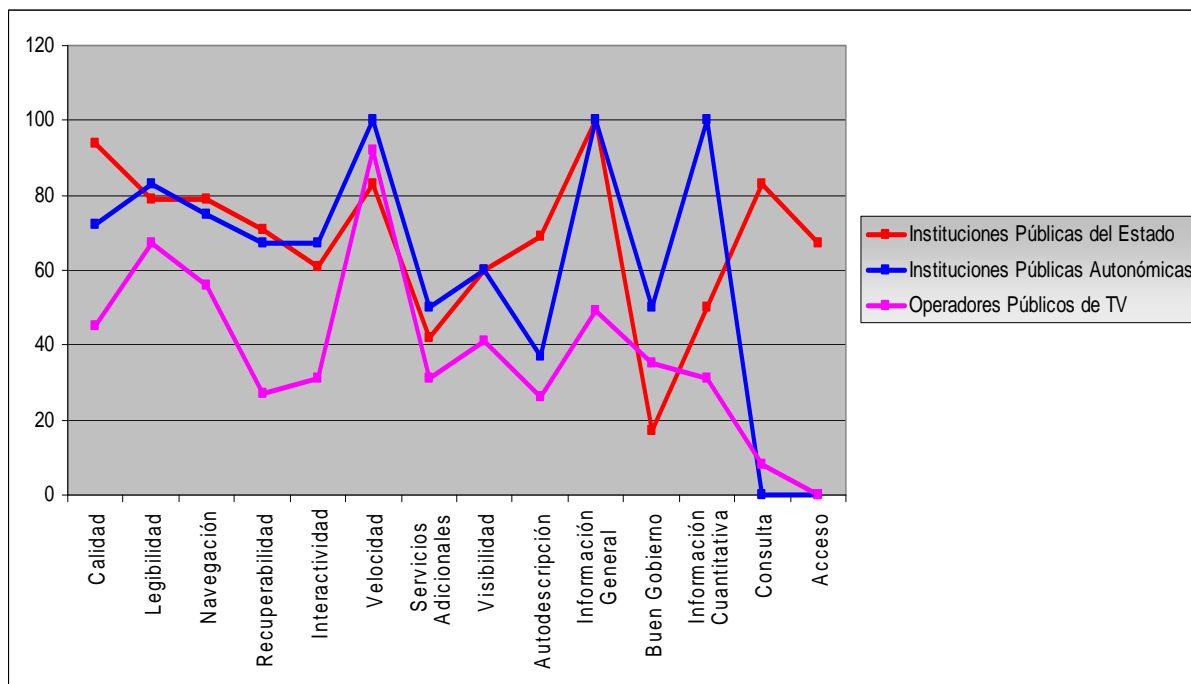
Los parámetros restantes vuelven a plantear diferencias abismales entre una clase y otra de operadores. Así, mientras que los cotizados, aún sin cumplir al 100% con sus obligaciones legales, se defienden en cuanto a la información concerniente a los principios de buen gobierno (50%), a la información y documentación expuesta al público de su normativa interna (Reglamentos de la Junta General de Accionistas, de las Comisiones, del Consejo de Administración, los Estatutos Sociales) (87%), en cuanto a los Informes, Actas y Documentos internos, accesibles en los espacios

corporativos de sus sitios electrónicos, si no al 100%, sí en un porcentaje aceptable (67%) y un poco menos en cuanto a sus procedimientos (25%), que abarcan tanto el Informe Anual del Gobierno Corporativo, como los documentos de las Juntas de Accionistas, los Informes de analistas o la referencia de hechos relevantes que puedan afectar a la posición de la empresa, puede observarse que el grado de satisfacción de todos estos parámetros por parte de los operadores no cotizados es nulo.

Los niveles de respuesta no han cambiado respecto al Informe 2007 sobre Transparencia en el Sector Audiovisual Español. Entonces, toda respuesta positiva por parte de los operadores no cotizados fue valorada positivamente, lo que puede repetirse ahora. Igualmente, se estimó que por parte de los operadores cotizados el nivel de cumplimiento de las obligaciones de transparencia era aceptable. Los porcentajes vuelven a ser los mismos; los operadores no cotizados no superaban el 33% de transparencia en aquellos parámetros en que se mostraban sensibles. Los operadores cotizados llegaban al 100% en el cumplimiento de los parámetros impuestos por ley.

## **V. EVALUACIÓN DEL GRADO DE TRANSPARENCIA DEL SECTOR AUDIOVISUAL PÚBLICO ESPAÑOL: INSTITUCIONES PÚBLICAS Y OPERADORES PÚBLICOS DE TELEVISIÓN**

	Instituciones Públicas del Estado	Instituciones Públicas Autonómicas	Operadores Públicos de TV
Calidad	94%	72%	45%
Legibilidad	79%	83%	67%
Navegación	79%	75%	56%
Recuperabilidad	71%	67%	27%
Interactividad	61%	67%	31%
Velocidad	83%	100%	92%
Servicios Adicionales	42%	50%	31%
Visibilidad	60%	60%	41%
Autodescripción	69%	37%	26%
Información General	100%	100%	49%
Buen Gobierno	17%	50%	35%
Información Cuantitativa	50%	100%	31%
Consulta	83%	0%	8%
Acceso	67%	0%	0%



**Gráfico 5**

De los agentes públicos analizados, las páginas web corporativas de las instituciones públicas autonómicas son las que tienen un mayor grado de cumplimiento en sus aspectos formales y sustantivos. Destaca el que los sitios analizados cumplan con la totalidad de los indicadores evaluados en el parámetro de información general que, como se explicó líneas arriba, se refiere a los datos sociales, a la existencia de un organigrama y a la posibilidad de que el público solicite información.

Las instituciones públicas del Estado también cumplen con satisfacción este parámetro (100%), mientras que los operadores públicos de televisión, tanto estatales como autonómicos, tienen un porcentaje de cumplimiento de 49 puntos. Lo que se traduce para el consultante en una notoria dificultad para conocer el estatus jurídico de los operadores, los nombres y funciones de los cargos principales y la falta de canales de comunicación directa. Lo anterior conviene destacarlo ya que, a diferencia de las instituciones públicas encargadas de regular las actividades del sector audiovisual, los canales de televisión tienen una relación estrecha con el público.

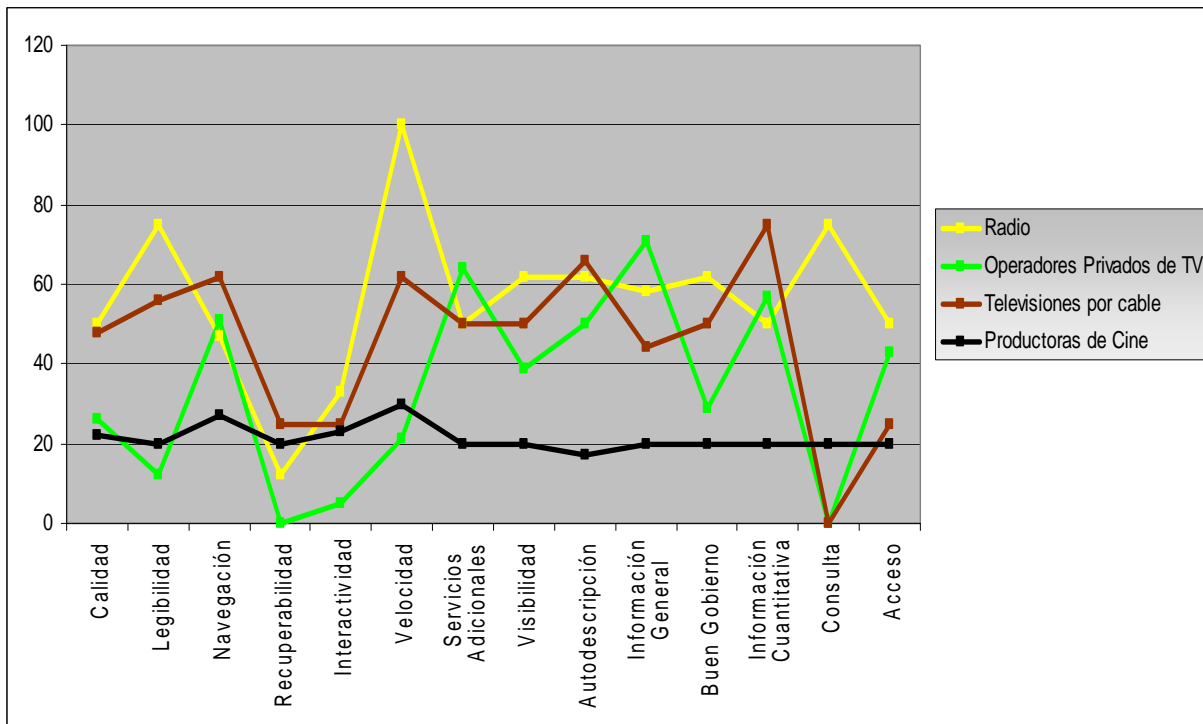
Otro dato que es preciso señalar es la existencia de un porcentaje mayor de presencia de normas de buen gobierno en las instituciones públicas autonómicas (50%) frente a los operadores públicos de televisión (35%) y a las instituciones públicas del Estado (17%).

Aunque legalmente no están obligadas a cumplir con este requisito, se puede apreciar en las instituciones públicas autonómicas una tendencia al establecimiento de prácticas de gobierno corporativo.

En cuanto al análisis formal de los sitios web de los agentes públicos, las instituciones estatales y autonómicas tienen un mayor porcentaje de cumplimiento de los parámetros de calidad y volumen de la información, legibilidad y ergonomía, navegación y representación de la información, recuperabilidad e interactividad. Como se puede apreciar en la gráfica, los operadores públicos de televisión están visiblemente por debajo de un cumplimiento aceptable de dichos parámetros, salvo en el caso del parámetro legibilidad (67%), que evalúa el diseño general de los sitios.

## VI. EVALUACIÓN DEL GRADO DE TRANSPARENCIA DEL SECTOR AUDIOVISUAL PRIVADO

	Radio	Operadores Privados de TV	Televisiones por cable	Productoras de Cine
Calidad	50%	26%	48%	22%
Legibilidad	75%	12%	56%	20%
Navegación	47%	51%	62%	27%
Recuperabilidad	12%	0%	25%	20%
Interactividad	33%	5%	25%	23%
Velocidad	100%	21%	62%	30%
Servicios Adicionales	50%	64%	50%	20%
Visibilidad	62%	39%	50%	20%
Autodescripción	62%	50%	66%	17%
Información General	58%	71%	44%	20%
Buen Gobierno	62%	29%	50%	20%
Información Cuantitativa	50%	57%	75%	20%
Consulta	75%	0%	0%	20%
Acceso	50%	43%	25%	20%



**Gráfico 6**

Del análisis sustantivo de los agentes del sector privado se desprenden los siguientes elementos a considerar. Las páginas web corporativas de los operadores privados de televisión son las que tienen la mayor presencia de información general (71%) frente a la radio (58%), las televisiones por cable (44%) y las productoras de cine. No se puede soslayar que un alto porcentaje de las televisiones privadas cotizan en bolsa y, por tanto, deben cumplir con las obligaciones de transparencia que la legislación les indica.

Llama la atención el escaso grado de cumplimiento de los niveles óptimos de transparencia por parte de las productoras de cine, quienes en todos los parámetros representados en la gráfica (información general, buen gobierno, información cuantitativa, consulta y acceso) obtienen 20 puntos porcentuales.

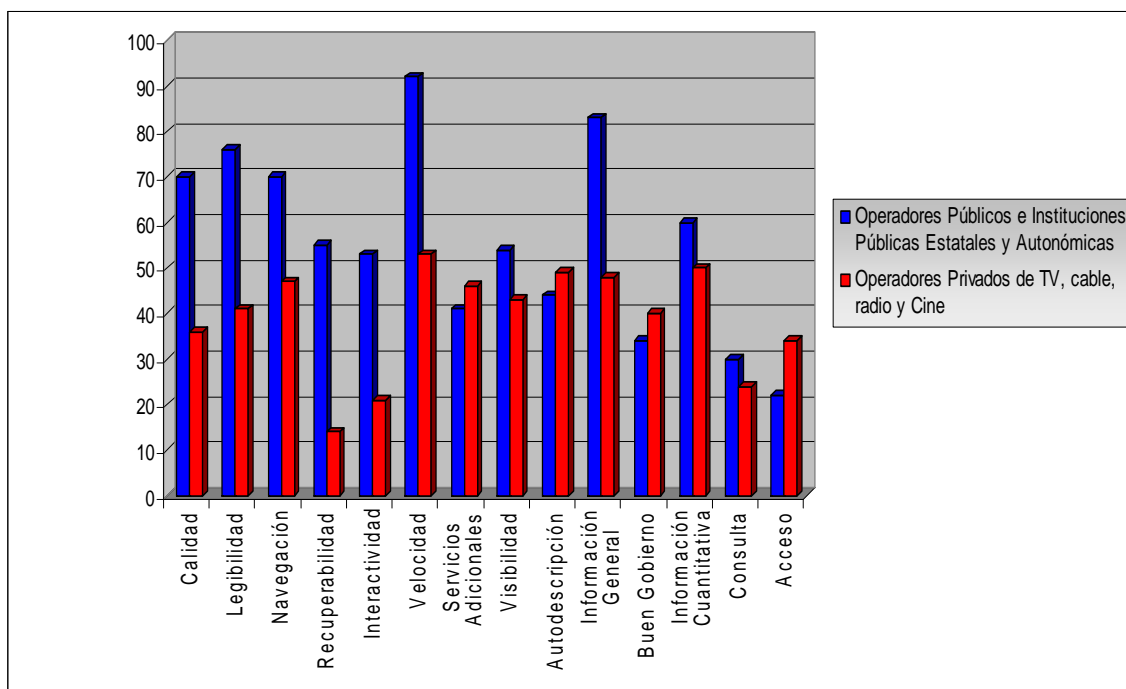
En lo relativo a los principios de buen gobierno y la existencia de políticas de transparencia, las radios registran un mayor cumplimiento (62%) que los demás agentes analizados. En cuanto a la información cuantitativa se refiere, las televisiones por cable (75%) y los operadores privados de televisión (57%) ofrecen en sus páginas una considerable cantidad de datos de utilidad para inversores y accionistas.


Del análisis global del sector privado destaca que sus páginas corporativas presenten diseños poco atractivos y funcionales, con herramientas limitadas. Igualmente que la información que contienen no sea lo suficientemente cuidada y sea difícil su búsqueda.

## VII. EVALUACIÓN DEL GRADO DE TRANSPARENCIA DE LOS SECTORES PÚBLICO Y PRIVADO EN EL ÁMBITO AUDIOVISUAL ESPAÑOL

	Operadores Públicos e Instituciones Públicas Estatales y Autonómicas	Operadores Privados de TV, Cable, Radio y Cine
Calidad	70%	36%
Legibilidad	76%	41%
Navegación	70%	47%
Recuperabilidad	55%	14%
Interactividad	53%	21%
Velocidad	92%	53%
Servicios Adicionales	41%	46%
Visibilidad	54%	43%
Autodescripción	44%	49%
Información General	83%	48%
Buen Gobierno	34%	40%
Información Cuantitativa	60%	50%
Consulta	30%	24%
Acceso	22%	34%

Gráfico 7





Los operadores y las instituciones públicas estatales y autonómicas reflejan un mayor grado de cumplimiento en materia de transparencia que los operadores privados de televisión, cable, radio y cine, sin que la diferencia sea manifiestamente sustancial.


En lo tocante a la información general es donde se aprecia una diferencia considerable. Mientras que los operadores públicos e instituciones públicas estatales y autonómicas tienen un grado de cumplimiento del 83 %, los privados alcanzan un 48 % en este mismo rubro. Los indicadores que componen dicho parámetro se refieren a si la página web de cada agente contiene los datos sociales, un organigrama en el que se muestre la explicación de competencias y las funciones de cada departamento y si existen vías de comunicación para que el público solicite información.

Respecto de la información relativa a la buena gobernanza, de la que se evaluó que cada página explicitara principios de buen gobierno corporativo e indicara si dicha institución cuenta con una política de transparencia delineada, los operadores privados cumplen con el 40% de lo evaluado, mientras que los públicos con un 34%, es decir, una diferencia del 6%.

Donde los operadores e instituciones públicas aventajan por 10 puntos porcentuales a los privados es en lo que se refiere a la información cuantitativa, es decir, la económica y contable. Mientras que las primeras cumplen con un 60% de lo deseable, las segundas alcanzan el 50% de cumplimiento.

Como se muestra en la gráfica, es en el rubro anterior y en el de información general en el que los operadores e instituciones públicas registran la diferencia más notoria respecto de los operadores privados de televisión, de cable, radio y cine.

En cuanto a la existencia de un registro informatizado de los documentos públicos disponibles, hay un mayor grado de cumplimiento por parte de los operadores e instituciones públicas (30%), mientras que en lo referente a la publicación de guías de procedimientos para tener acceso a la información y a los documentos de la empresa/institución, los operadores privados registran una diferencia a su favor de 12 puntos (34%) en relación con los públicos.



No obstante en la evaluación formal es en la que se advierten las mayores diferencias entre los agentes analizados, dentro de la comparación entre sector público (operadores/instituciones) y privado (operadores/productoras). Sobre la calidad y volumen de la información, los agentes públicos tienen un 70% de cumplimiento en lo que se refiere a interés, volumen, edición, exhaustividad, actualización y sistematización. Los privados alcanzan un 36%.

Tanto en legibilidad/ergonomía como en navegación de las páginas web, el sector público lleva una ventaja de 76% y 70% frente a un 41% y 47% del sector privado. Esta evaluación comprende las cuestiones relativas al diseño de la página y a su facilidad para desplazarse dentro de la misma.

Respecto a la posibilidad de ejecutar búsquedas y sistemas de recuperación de datos conviene señalar que los agentes del sector privado son quienes menos cuentan con este tipo de herramientas (14%), lo que en la práctica dificulta a los consultantes el seguimiento de temas de interés particular.

Otra cuestión que llama la atención tiene que ver con la interactividad de las páginas, que se define a partir de la posibilidad de comunicación con el administrador de la web, la existencia de foros o blogs y la realización de transacciones mediante la red. En el caso de los operadores públicos e instituciones públicas estatales y autonómicas, hay mayor interactividad que en el de los operadores privados de televisión, de cable, radio y cine. Sin embargo el análisis global del sector audiovisual refleja una deficiencia general en el cumplimiento del parámetro. Del mismo modo que la presencia de ficheros o gráficos para descargar es limitada.


En otros rubros también se advierten pocas diferencias entre los operadores/instituciones públicas y los operadores/productores privados. La mayor parte de las páginas corporativas no cuentan con enlaces de interés y es difícil acceder a ellas mediante buscadores ordinarios, ya que éstos remiten generalmente a las webs comerciales, sobre todo en el caso de los operadores privados de televisión y las productoras de cine.

## CONCLUSIONES

Los resultados del análisis formal de los sitios web correspondientes al sector público audiovisual (Instituciones y Operadores Autonómicos y Estatales) y al sector privado de radios, productoras de cine, televisiones por cable y operadores privados de televisión (ya sean cotizados en bolsa o no cotizados) permiten concluir que, a excepción (en algunos parámetros) de las instituciones públicas Autonómicas y Estatales que rondan el 75%, no se alcanzan los niveles óptimos de transparencia que serían exigibles ya sea por falta de información, por dificultad de acceso a los contenidos o por la recuperabilidad de datos. Un ejemplo claro se da en el caso de las productoras, que no superan en ningún parámetro el 30% del nivel exigido. Por ese motivo, sería conveniente que todos los agentes del sector audiovisual aunaran sus esfuerzos para mejorar en todos y cada uno de los parámetros de estudio correspondiente, tratando de alcanzar los niveles óptimos de usabilidad, transparencia y acceso a la información que deberían tener estos sitios web.

Después de analizar y comparar los datos que se desprenden del análisis de las webs de los operadores privados de televisión cotizados y no cotizados queda comprobado que la presencia en bolsa de las empresas audiovisuales hace que pongan más medios y hagan más hincapié en la mejora de los parámetros formales para facilitar a los accionistas el acceso a la información relevante de su organización. A pesar de los esfuerzos realizados para satisfacer las necesidades de los usuarios, los operadores privados todavía tienen mucho trabajo por hacer, sobre todo en lo referente a la ejecución de búsquedas, ya que no disponen de este servicio, lo que dificulta el acceso a la información. Aún así, es importante destacar el trabajo que los operadores cotizados están realizando para satisfacer la demanda de los accionistas.


El nivel de transparencia sustantiva de los productores del sector audiovisual puede ser calificado de bajo, al no superar su oferta de información corporativa en ningún caso el 20% de la deseable para merecer la denominación de agente audiovisual óptimo, en términos de transparencia sustantiva. El asunto es, de hecho, evidente en el caso de la ausencia de informaciones relativas a las ayudas públicas recibidas. Los operadores públicos de televisión mantienen unos niveles también bajos de transparencia, al no sobrepasar nunca el nivel del 50%, lo que resulta contradictorio en el caso de algunos operadores autonómicos de televisión con



proclamada vocación de transparencia. En cambio, en una situación próxima a valores óptimos se encuentran las Instituciones Públicas, particularmente, las Autonómicas, cuyos valores de transparencia sustantiva oscilan entre el 50% y el 100%, mayoritariamente. El punto débil es, en el caso de las Instituciones Públicas Estatales, el parámetro “buena gobernanza”, que se hace eco de la postura teórica asumida ante el fenómeno de la transparencia por la Institución. Los operadores de cable, los operadores privados de televisión y los radiodifusores se encuentran en un nivel intermedio, en términos de transparencia sustantiva, con diferentes puntos fuertes. Los radiodifusores se mueven entre el 75% y el 100% de la información deseable en cuanto a los parámetros grupo empresarial y consulta. Por su parte, los operadores de cable tienen sus mejores niveles de transparencia en cuanto a la información cuantitativa y cualitativa que ofrecen (económica y contable) de sí mismos. A su vez, los operadores privados de televisión esgrimen fortaleza en el terreno de la transparencia cuando se trata de identificar su grupo empresarial y de proporcionar la información general propia.

Entre los operadores de televisión cotizados y los no cotizados hay diferencias y semejanzas. La principal diferencia es que los operadores cotizados cumplen, prácticamente al 100%, en unos casos, y en el peor de los casos, al 25%, con las obligaciones de transparencia impuestas por la normativa vigente, respaldadas por sanciones, mientras que los operadores no cotizados no están obligados a cumplir obligaciones de transparencia y, efectivamente, en general, no ofrecen información que permita calificarlos como transparentes. La principal semejanza entre los dos tipos de operadores es que ambos manifiestan idéntico menosprecio por los parámetros “consulta” y “accionistas” (0% de cumplimiento). En el caso del parámetro “acceso”, hay que valorar positivamente que los operadores no cotizados hagan una oferta informativa de, al menos, el 33%, y, negativamente, que la oferta informativa de los operadores cotizados sea baja (50%). Los datos no representan una mejora respecto a los resultados que arrojaban los análisis en el Informe de 2007, en el que los niveles de cumplimiento generales eran del 33%, en el caso de los operadores no cotizados, y del 100%, en el caso de los cotizados.

De todos los agentes públicos evaluados son las instituciones públicas autonómicas las que muestran una mayor disposición de transparentar sus actuaciones. La publicidad de cuestiones sustantivas es, incluso, similar a la de los agentes cotizados. Lo anterior manifiesta una relación estrecha entre los organismos reguladores y las entidades reguladas. En otras palabras, los compromisos exigidos a los agentes privados son los mismos que asumen los órganos de control.



Respecto del análisis formal de las páginas web es necesario señalar que las instituciones públicas, tanto estatales como autonómicas, presentan un nivel de cumplimiento superior al de los operadores públicos de televisión, quienes en la práctica actúan como la mayoría de los operadores privados de televisión, lo que repercute negativamente en la consulta de los respectivos sitios de Internet.

En el ámbito privado destaca que, al igual que el año anterior, son los agentes cotizados los que presentan un mayor grado de cumplimiento de los aspectos formales y sustantivos. Esta situación evidencia la necesidad de la existencia de disposiciones legales en materia de transparencia para todo el sector audiovisual. Quiere decir que la ausencia de legislación facilita la opacidad. En ese sentido, la asunción de principios de buen gobierno corporativo es útil, aunque su carácter voluntario dificulte su aplicación. La promoción de un cuerpo normativo en materia de transparencia audiovisual no sólo es fundamental para mejorar las condiciones de competencia del sector, sino para la garantía del ejercicio de un derecho humano reconocido constitucionalmente.

## ANEXOS

### *Formulario para el análisis de los sitios web: páginas corporativas exclusivamente*

#### PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN DEL SITIO WEB

NOMBRE DEL AGENTE: TIPO DE AGENTE: URL: TIPO DE SITIO WEB (PÁGINA OFICIAL): LENGUA(S): ENTIDAD TITULAR/PROPIETARIA: LUGAR DE RADICACIÓN: ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN INDICADA: DESCRIPCIÓN (hasta 50 pal. - hacer referencia a los fines de la institución/empresa)
EVALUACIÓN (completar tras aplicar el formulario): FORMAL: SUSTANTIVA:

#### SEGUNDA PARTE: EVALUACIÓN FORMAL

(Se calificará cada parámetro así: 0-1-2, equivalentes a: suspenso, aprobado y excelente)

### MICRONAVEGACIÓN

#### *I. Calidad y volumen de la información*

	0	1	2
1. ¿Hay indicios de que la información ha sido cuidada y de que se adecua al contenido? ( <b>interés</b> )			
2. La cantidad de información, ¿cubre todos los aspectos deseables? ( <b>volumen</b> )			
3. El sitio, ¿tiene título, se identifica a los responsables, contiene fecha de edición y es visible? ( <b>edición</b> )			
4. Los datos, ¿son lo más completos posible? ( <b>exhaustividad</b> )			
5. ¿Se actualiza el sitio con frecuencia? ( <b>actualización</b> )			
6. Los textos y los iconos, ¿son tratados sistemáticamente? ( <b>sistematización</b> )			

## II. Legibilidad y ergonomía

	0	1	2
7. La relación entre fondo y textos, ¿permite leer fácilmente? (legibilidad y ergonomía)			

8. ¿Hay demasiados adornos o recursos tipográficos que dificulten la lectura? (legibilidad y ergonomía)			
9. ¿Es adecuada para la lectura la tipografía del texto y son elegantes los íconos? (legibilidad y ergonomía)			
10. ¿Es el diseño general del sitio elegante, funcional, atractivo? (legibilidad y ergonomía)			

## III. Navegación y representación de la información

	0	1	2
11. ¿Tiene un sumario con el contenido global? (sumario)			
12. ¿Se puede ver el contenido global en la primera página, sin tener que desplazar la barra? (sumario)			
13. ¿Es breve y claro el sumario principal? (expresividad)			
14. ¿Se puede ir desde cualquier documento (nodo)* al sumario principal? (recorrido secuencial)			
15. ¿Se evita la existencia de documentos (nodos) aislados? (recorrido secuencial)			
16. ¿Se puede ir desde cualquier documento (nodos) a cualquier sección principal? (recorrido secuencial)			
17. ¿Tienen navegación local los documentos (nodos) extensos? (sumarios locales)			
18. ¿Se puede recorrer toda la web con desplazamientos sucesivos en su estructura? (recorrido secuencial)			
19. ¿Hay enlaces entre documentos (nodos) no relacionados jerárquicamente? (recorrido secuencial)			
20. ¿Hay otros índices que complementen el sumario principal (cronológico, alfabético, etc.) del sistema de navegación? (índices)			
21. ¿Es coherente el estilo informativo general (colores, menús, íconos)? (sistema etiquetas)			
22. ¿Es posible anticipar el efecto de una acción sobre la página web? (sistema etiquetas)			

\* La denominación de “documentos” o “nodos” se refiere a las secciones que componen la página web, no a los documentos para descargar (.pdf, .doc, .xls, etc.).

#### **IV. Recuperabilidad**

	0	1	2
23. ¿Es posible ejecutar búsquedas?(con palabras, frases) (recuperabilidad)			
24. ¿Hay sistemas de recuperación de información adicionales a base de listas o categorías? (temáticas, cronológicas) (recuperabilidad)			

#### **V. Interactividad/computabilidad**

	0	1	2
25. ¿Es posible comunicarse con el administrador de la web? (interactividad, computabilidad)			
26. ¿Hay otras formas de interactividad? (además de la recuperabilidad, a saber, foros, blogs) (interactividad, computabilidad)			
27. ¿Se puede realizar algún tipo de actividad o transacción? (interactividad, computabilidad)			

#### **VI. Velocidad de descarga**

	0	1	2
28. La abundancia de elementos, ¿dificulta la descarga de la página web? (velocidad descarga)			

#### **VII. Servicios adicionales**

	0	1	2
29. ¿Contiene descargas adicionales de software o ficheros gráficos? (servicios adicionales)			

### **MACRONAVEGACIÓN**

#### **VIII. Visibilidad/luminosidad**

	0	1	2
30. ¿Hay enlaces que dirigen hacia otras webs? (luminosidad)			
31. ¿Da la impresión de que los enlaces han sido seleccionados y evaluados de acuerdo con un criterio? (calidad enlaces)			
32. ¿Están actualizados los enlaces? (actualización)			
33. Los enlaces, ¿se acompañan de la descripción de los sitios web enlazados? (descripción)			
34. ¿Se apunta a esta sede web desde otras? (el mecanismo de búsqueda es un motor, v.gr., Altavista) (visibilidad)			

## IX. Autodescripción

	0	1	2
35. ¿Se ofrece título? (URL)			
36. ¿Se ofrece el contenido explicitado al comienzo? (párrafo explicativo)			
37. ¿Se ofrecen meta-etiquetas? (son explicaciones que se encuentran en la pestaña “ver”, “código fuente”, en el encabezado -head-)			
38. ¿Se ofrecen meta-datos? (son palabras-clave que se encuentran en la pestaña “ver”, “código fuente”, en el encabezado -head-)			

## TERCERA PARTE: EVALUACIÓN SUSTANTIVA

(Instituciones públicas, operadores de radio y de televisión: públicos y privados, cotizados y no cotizados y productores)

<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>	0	1
1. Datos sociales (RAZÓN SOCIAL)		
2. Hay algún tipo de organigrama, con explicación de competencias y funciones de cada departamento (ORGANIGRAMA)		
3. Vía para que el público solicite información (VÍAS COMUNICACIÓN)		
<b>BUENA GOBERNANZA</b>		
4. Principios de buen gobierno		
5. Se hace referencia a algún tipo de política de transparencia		
<b>INFORMACIÓN CUANTITATIVA</b>		
6. Información cuantitativa (económica y contable)		
<b>CONSULTA</b>		
7. Hay indicación de que la empresa/institución tenga un registro informatizado de los documentos públicos disponibles (CONSULTA)		
<b>ACCESO</b>		
8. Dispone de guías de procedimientos que indiquen a los consumidores/usuarios de información de cuáles son las vías para acceder a la información/documentos de la empresa (ACCESO)		

(Sólo operadores de radio y televisión: públicos y privados, cotizados y no cotizados y productores)

	0	1
<b>GRUPO EMPRESARIAL</b>		
9. Hace referencia a su pertenencia a algún grupo de empresas de comunicación (GRUPO EMPRESARIAL)		
<b>NORMATIVA INTERNA</b>		
10. Estatutos sociales		
11. Reglamento de la Junta General		
12. Reglamento de las Comisiones		

13. Reglamento del Consejo de Administración		
<b>ACTAS, INFORMES Y DOCUMENTOS</b>		
14. Informe Anual del Gobierno Corporativo		
15. Documentos relativos a Juntas Ordinarias		
16. Documentos relativos a Juntas Extraordinarias		
17. Actas de Juntas Generales		
18. Resúmenes de los informes de analistas, agencias de calificación o bancos de inversión (terceros, independientes de la empresa, auditores externos)		
19. Hechos relevantes que afecten a la posición de la empresa en el mercado		
<b>ACCIONISTAS/ INVERSORES</b>		
20. Preguntas formuladas por los inversores y las respuestas de la sociedad (FAQS)		
<b>PROCEDIMIENTOS</b>		
21. Formularios para conferir representación en la Junta General		
22. Formularios para ejercer el voto a distancia		
23. Vía para que los accionistas formulen alternativas en relación con los puntos del orden del día		
<b>AUTOCARTERA</b>		
24. Información de autocartera		

(Sólo productores)

	0	1
<b>NACIONALIDAD</b>		
25. Pueden identificar las productoras si las obras/trabajos audiovisuales poseen certificado de nacionalidad española expedido por órgano competente		
<b>REGISTRO EMPRESAS</b>		
26. Pueden verificar las productoras si la empresa está inscrita en el Registro de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales		
<b>AYUDAS PÚBLICAS</b>		
27. Puede verificarse qué tipos de ayudas públicas obtienen las productoras		

**Evaluación Formal**  
**Categoría de Agentes: Radio**

<b>Indicadores:</b>	<b>Agente 1</b>	<b>Agente 2</b>	<b>Agente 3</b>	<b>Agente 4</b>	<b>Total:</b>
Interés					
Volumen					
Edición					
Exhaustividad					
Actualización					
Sistematización					
<b>Total por "Calidad"</b>					
Legibilidad y ergonomía					
Legibilidad y ergonomía					
Legibilidad y ergonomía					
Legibilidad y ergonomía					
<b>Total por "Legibilidad"</b>					
Sumario					
Sumario					
Expresividad					
Recorrido secuencial					
Recorrido secuencial					
Recorrido secuencial					
Sumarios locales					
Recorrido secuencial					
Recorrido secuencial					
Índices					
Sistema etiquetas					
Sistema etiquetas					
<b>Total por "Navegación"</b>					
Recuperabilidad					
Recuperabilidad					
<b>Total por "Recuperabilidad"</b>					
Interactividad					
Interactividad					
Interactividad					
<b>Total por "Interactividad"</b>					
Velocidad					
<b>Total por "Velocidad"</b>					
Servicios adicionales					
<b>Total por "Servicios Adicionales"</b>					
Luminosidad					
Calidad enlaces					
Actualización					
Descripción					
Visibilidad					



<b>Total por "Visibilidad"</b>					
URL					
Párrafo explicativo					
Autodescripción					
Autodescripción					
<b>Total por "Autodescripción"</b>					

**Evaluación Sustantiva**  
**Categoría de Agentes: Radio**

<b>Indicadores:</b>	<b>Agente 1</b>	<b>Agente 2</b>	<b>Agente 3</b>	<b>Agente 4</b>	<b>Total:</b>
Razón social					
Organigrama					
Vías de comunicación					
<b>Total por "Inf. Gral."</b>					
Principios					
Transparencia					
<b>Total por "B. Gob."</b>					
Información cuantitativa					
<b>Total por "Inf. Cuant."</b>					
Consulta					
<b>Total por "Consulta"</b>					
Acceso					
<b>Total por "Acceso"</b>					
Grupo empresarial					
<b>Total por "G. Emp."</b>					
Normativa interna					
Normativa interna					
Normativa interna					
Normativa interna					
<b>Total por "Normativa"</b>					
Actas, informes, docs					
Actas, informes, docs					
Actas, informes, docs					
Actas, informes, docs					
Actas, informes, docs					
Actas, informes, docs					
<b>Total por "Informes"</b>					
Accionistas					
<b>Total por "Accionistas"</b>					
Procedimientos					
Procedimientos					
Procedimientos					
<b>Total por "Procedimientos"</b>					
Autocartera					
<b>Total por "Autocartera"</b>					
Nacionalidad					
<b>Total por "Nacionalidad"</b>					
Registro de empresas					



<b>Total por "Registro"</b>					
Ayudas públicas					
<b>Total por "Ayudas"</b>					

**Evaluación por Parámetros**  
**Categoría de Agentes: Radio**

<i>Parámetros:</i>	<i>Agente 1</i>	<i>Agente 2</i>	<i>Agente 3</i>	<i>Agente 4</i>	<i>Total:</i>
<b>Evaluación Global</b>					
<b>Evaluación Formal</b>					
<b>Micronavegación</b>					
Calidad y Volumen de la información					
Legibilidad y ergonomía					
Navegación y representación de la información					
Recuperabilidad					
Interactividad/computabilidad					
Velocidad de descarga					
Servicios adicionales					
<b>Total por Micronavegación</b>					
Visibilidad/luminosidad					
Autodescripción					
<b>Total por Macronavegación</b>					
<b>Evaluación Sustantiva</b>					
<b>(Todos los agentes)</b>					
Información General					
Buena Gobernanza					
Información Cuantitativa					
Consulta					
Acceso					
<b>(Excepto Instituciones)</b>					
Grupo Empresarial					
Normativa Interna					
Actas, informes y documentos					
Accionistas/Inversores					
Procedimientos					
Autocartera					
<b>(Sólo productoras)</b>					
Nacionalidad					
Registro empresas					
Ayudas públicas					
<b>Total por E. Sustantiva</b>					

## BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN

Apertura y Transparencia en las Instituciones de la Unión Europea, Comisión Europea, Luxemburgo, 1996.

CORREDOIRA Y ALFONSO, L. Y SÁNCHEZ TABERNERO, A., "Transparencia y Control de los Medios Informativos. Informe de la Situación Española y Perspectiva Europea", en Monografías I, Fundación de la Comunicación Social, Madrid, 1994.

CRESPO RODRÍGUEZ, M., "La Transparencia en la Información Financiera de las Empresas Cotizadas", en Análisis Financiero, Fundación de Estudios Financieros, núm. 94, 2004.

FERNÁNDEZ- ARMESTO, J., "Responsabilidad Corporativa, Gobierno, Administraciones Públicas y Partidos Políticos", en OLCESE, A. (coord.), La Responsabilidad Corporativa, Una Propuesta para un Entorno Empresarial más Eficiente y Socialmente Comprometido, Fundación de Estudios Financieros, núm 16, Madrid, 2006.

GARCÍA PÉREZ, S., "La Legislación Española y el Derecho de Acceso a la Documentación de los Archivos Públicos", en Anales de Documentación, núm. 8, 2005.

GONZÁLEZ ALONSO, L. N., Transparencia y Acceso a la Información en la Unión Europea, Madrid, Colex, 2002.

Informe de la Comisión Especial para el Fomento de la Transparencia y Seguridad en los Mercados y en las Sociedades Cotizadas (Informe Aldama), CNMV, 2003.

MARTÍNEZ CAPDEVILLA, C., "El Acceso a los Documentos del Consejo de la UE: Últimos Desarrollos", en Gaceta Jurídica de la CE y de la Competencia, serie B- 120, enero- febrero 1997.

PÉREZ CARBALLO, A., "La Protección de los Inversores y la Transparencia", en BENEYTO, J. M. y MARTÍNEZ- ECHEVARRÍA, A., El Espacio Financiero Único en la Unión Europea. Los Mercados de Valores, Marcial Pons, Fundación ICO, Madrid, 2005.

Transparencia y Silencio. Estudio sobre el Acceso a la Información en España, Open Society, Justice Initiative y otros, Madrid, octubre de 2005, en [http:// www. Justiceinitiative.org/ db/ resource2?res\\_id=102759](http://www.justiceinitiative.org/db/resource2?res_id=102759) (consultado el 12 de febrero de 2006).